

دور وآفاق القطاع السياحي في إقتصادات الأقطار العربية

د. ناجي التوني

مايو 2001

1- مقدمــة

حققت السياحة الدولية نمواً متسارعاً اعتباراً من عقود الستينات والسبعينات والثمانينات، حيث حققت نمواً مثيراً واستطاعت بعض الدول النامية أن تستفيد بشكل متزايد من النمو السياحي العالمي. بينما يحاول البعض الآخر، وهي تلك التي تفصلها مسافات بعيدة عن الأسواق المصدرة للسياحة، الاستفادة من النمو السياحي العالمي ومن التطورات السريعة في النقل الجوي والبحري والبري. فلقد أضحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج. وهي صناعة متعددة المراحل تتفاعل مع بل تعتمد على قطاعات الاقتصاد الأخرى، وبالتالي تعتبر عاملاً مساعداً لعملية التنمية الاقتصادية خصوصاً في مجال البنية التحتية للاقتصاد.

ومما لا شك فيه أن، مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به والخدمات التي تتفاعل معه، ومنها مرافق النقل، وشبكات الاتصالات، وخدمات الكهرباء والمياه، وحتى القطاعات المنتجة مثل القطاع الزراعي والصناعي. فلا يكفي تطوير المواقع السياحية الحديثة إذا كان من المتعذر الوصل إليها أو كانت تفتقر للخدمات الأساسية. وعلاوة على ذلك، فإن قطاع السياحة يجلب الاستثمار اللازم لتطوير الخدمات الأساسية في المناطق المجاورة للمواقع السياحية، وبالتالي يعطي حافزاً لتنمية القطاعات الأخرى.

فلا جدال في أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام. فقد اهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة، مثل النقل والاتصالات، والمياه والكهرباء، والخدمات الصحية. كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح. وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها، ازداد عدد السياح الوافدين إليها.

أما البلدان النامية ورغم تمتعها بميزة نسبية من حيث جذب السياح، لا سيما من حيث مواقع السياحة الثقافية وأسعارها المنخفضة، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكانياتها، لأن قطاع السياحة في هذه البلدان لا يزال يواجه قيوداً كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية، ونقص الكوادر البشرية المتخصصة؛ بل أهم من ذلك: الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها. وباختصار يمكن القول أن القطاع السياحي في البلدان النامية لم يلقى الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي هام مدر للعملات الأجنبية وخالق لفرص العمل.

ويحتاج تطوير قطاع السياحة إلى نظرة طويلة الأجل تكون جزءً من عملية التنمية الاقتصادية، نظراً للترابط بين السياحة وسائر القطاعات الاقتصادية الأخرى. والتنمية الناجحة للسياحة في أي بلد يجب أن تركز على المجالات التي يتمتع فيها هذا البلد بميزة نسبية، مثل السياحة الثقافية وسياحة الآثار، والسياحة الترفيهية، والسياحة الدينية، وسياحة المؤتمرات والتدريب، ليتمكن من التنافس في أسواق السياحة العالمية. وعلاوة على ذلك، يتطلب تطوير السياحة توفر الإرادة السياسية بتنمية القطاع وإخضاعه لتشريعات منفصلة تسعى إلى تحقيق أهداف السياحة في البلد وتطورها .

ولقد تسارع تطوير قطاع السياحة في الوطن العربي خلال السنوات القليلة الماضية في إطار الجهود المبذولة لتنويع الاقتصاد . ويعد هذا القطاع مصدراً هاماً للعملات الأجنبية ولفرص العمل، ومن ثم تأكد بوضوح أثره العام على الاقتصاد . كما يساعد قطاع السياحة على تطوير غيره من القطاعات، خاصة قطاعات البنية التحتية مثل النقل والاتصالات، والكهرباء والمياه، والخدمات المالية، والزراعة والصناعات التحويلية.

ولا يخفى على أحد، أن قطاع السياحة في الوطن العربي عرضة للتأثر بالتطورات السياسية السائدة في المنطقة، ولا سيما التطورات في عملية السلام. وسيظل غياب السلام الشامل عائقاً رئيسياً أمام تنمية قطاع السياحة وتوسيعه في بلدان المنطقة. وتشكل ضعف البنية التحتية والخدمات الأساسية المتصلة بها عائقاً آخر أمام سرعة نمو السياحة في المنطقة. وفي الوقت ذاته، يعتبر ظهور أسواق سياحية جديدة في جميع أنحاء العالم، ولا سيما في جنوب آسيا وشرقها، مصدراً للمنافسة الحادة للأسواق السياحية في البلدان العربية. فقد تمكنت الاقتصادات الآسيوية السريعة النمو من النجاح في توسيع أسواقها السياحية التي تعتبر حالياً أسرع الأسواق السياحية نمواً في العالم. كما ظهرت أسواق سياحية ذات قدرة كبيرة على المنافسة في الصين وماليزيا وسنغافورة وتايلاند وهونج كونغ. وتندرج الصين وماليزيا في عداد أكبر 20 بلداً مستقبلاً للسياح. وكان نصيب الصين من السياح في عام 1996 أكبر من نصيب المنطقة العربية ككل، فقد ارتقت إلى رتبة خامس بلد في استقبال السياح بعد أن كان ترتيبها الثاني عشر في عام 1990؛ وازداد عدد السياح الوافدين إليها بنسبة 47% في الفترة من 1990 إلى 1996.

ونظراً إلى أهمية قطاع السياحة من حيث عوائد العملات الأجنبية وتوفير فرص العمل، فإن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على خصائص القطاع السياحي العربي والمعوقات التي تقف في طريقة تقدمه وتنميته بالإضافة إلى التعرف على ما تعنيه اتفاقية التجارة في خدمات السياحة والسفر والخاصة بمنظمة التجارة العالمية للدول العربية. وسوف يتناول الجزء الثاني، السياحة الدولية واتجاهاتها ثم نتناول التجارب

القطرية العربية في هذا المجال في الجزء الثالث. ثم يقدم الجزء الرابع منظور منظمة التجارة العالمية للتجارة في خدمات السياحة والسفر. وأخيراً، يقدم الجزء الخامس بعض الاستنتاجات والتوصيات المتعلقة بقطاع السياحة في الوطن العربي.

2- السياحة الدولية واتجاهاتها

إذا استخدمنا عائدات النقد الأجنبي كمؤشر للتنمية السياحية يلاحظ أن كثيراً من الدول سجلت معدلات مرموقة من خلال إيرادات السياحة الدولية، إذ أصبحت السياحة وسيلة هامة لاكتساب النقد الأجنبي. وفي كثير من الحالات تسهم بنحو 25% من إجمالي حصيلة النقد الأجنبي، بل أصبحت، في بعض الدول، الوعاء الأول للحصول على هذه الحصيلة (إسبانيا وإيطاليا واليونان وتركيا وجزر الكاريبي). وتوضح الإحصاءات في الفترة من 1990 إلى 1996 أنه بينما زاد عدد السياح بنحو 4.5% سنوياً نجد أن عائدات السياحة الدولية قد زادت بمعدل سنوي يبلغ 7.6% في نفس الفترة، أنظر جدول (1).

جدول (1) مؤشرات السياحة العالمية، 1990-1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
عدد السياح الوافدين (بالملايين)	458.3	463.6	503.1	517.9	456.5	566.4	591.9
عائدات السياحة (بمليارات الدولارات)	266.2	272.7	310.8	317.8	347.8	393.3	423

المصدر: مجلة الاقتصاد والأعمال، عدد خاص، إبريل 1997، ص 21، 24.

وتحتل أمريكا الشمالية وأوروبا مكان الصدارة في السياحة العالمية من حيث عدد السياح الوافدين إليها ومن حيث عائدات السياحة. ففي عام 1996، بلغ نصيب الأمريكيتين من عدد السياح في العالم 19.5%، بينما بلغ نصيب أوروبا 58.7%، ونصيب آسيا والمحيط الهادئ 16%، ونصيب الشرق الأوسط 2.5% فقط. وحصلت فرنسا على أكبر نصيب من عدد السياح الوافدين (10.4%)، وتلتها الولايات المتحدة الأمريكية (7.6%)، ثم إسبانيا (7%)، وإيطاليا (6%)، والصين (4.5%) والمملكة المتحدة (4.4%) (مجلة الاقتصاد والأعمال، 1997). وبلغت عائدات السياحة في الولايات المتحدة وحدها، في عام 1996، ما يعادل 95.1% من القيمة التقديرية للناتج المحلي الإجمالي لمصر بأسعار السوق، بينما بلغت عائدات السياحة في فرنسا، في العام ذاته، ما يعادل مجموع الناتج المحلي الإجمالي للأردن والجمهورية العربية السورية معاً.

وتسيطر على السياحة العالمية، إلى حد كبير، البلدان المتقدمة، فأكبر عشرة بلدان من حيث عدد السياح الوافدين هي من البلدان المتقدمة، باستثناء الصين والمكسيك وهنغاريا وبولندا . وفي عام 1996، بلغ نصيب البلدان المتقدمة من عدد السياح في العالم نسبة 55.3%، بينما بلغ نصيب البلدان النامية 30.6%، ونصيب الاقتصادات التي تمر في مرحة انتقالية 14.1% (World Tourism Organization, 1997) . أما فيما يتعلق بعائدات السياحة، فقد بلغ نصيب البلدان المتقدمة، في عام 1996، نسبة 63.9%، مقابل 30.4 % للبلدان النامية، و5.7% للاقتصادات التي تمر في مرحلة انتقالية . ولم يرد أي من البلدان العربية ضمن أكبر 20 دولة سياحية من حيث مواطن الجذب السياحية، رغم الإمكانيات الضخمة المتوفرة لديها . وبالإضافة إلى ذلك، لم ترد أي من بلدان الشرق الأوسط ضمن هذه الدول باستثناء تركيا، التي جاءت ضمن أكبر 20 بلداً من حيث عدد السياح الوافدين إليها من العالم في عام 1995 .

وفي عام 1996، بلغ نصيب الوطن العربي ككل، من حيث استقبال السياح 5.4% فقط، بينما بلغ نصيبه من عائدات السياحة 4.7% فقط . وكان هذا النصيب أقل من نصيب فرنسا لوحدها . ورغم معدلات النمو السريعة التي حققتها السياحة العالمية خلال السنوات القليلة الماضية، ظلت حصة السياحة العالمية في الصادرات العالمية دون تغير يذكر في الفترة من 1991 إلى 1996، وكانت حوالي 7.8% . وانخفضت هذه الحصة من 8.5% في عام 1993 إلى 8.2% في عام 1994 و 7.8% في عام 1995، أنظر جدول (2) . ثم عادت وارتفعت في عام 1996 إلى 7.9% نظراً إلى نمو عائدات السياحة العالمية بمعدل يتجاوز معدل نمو الصادرات العالمية .

جدول (2) الصادرات العالمية، وعائدات السياحة، ونسبة عائدات السياحة إلى

الصادرات والواردات العالمية، كنسبة مئوية، 1991–1996

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
الصادرات العالمية (بمليارات الدولارات)	3478.2	3728.4	3726.2	4236.7	5047.6	5272.7
الواردات العالمية (بمليارات الدولارات)	3584.9	3840.8	3768.6	4282.6	5145.0	5363.0
عائدات السياحة العالمية (بمليارات الدولارات)	272.7	310.8	317.8	347.8	393.3	423
عائدات السياحة العالمية نسبة إلى مجموع الصادرات العالمية	7.8	8.3	8.5	8.2	7.8	8.0
عائدات السياحة نسبة إلى الواردات العالمية	7.6	8.1	8.4	8.1	7.7	7.9

المصدر: International Monetary Fund. International Financial Statistics. December 1996 and June 1997

ومن ناحية أخرى، فلقد غطت عائدات السياحة نسبة 7.7% من مجموع الواردات العالمية في عام 1995، مقابل 7.6% في عام 1991، و 8.4 في المائة عام 1993. وكانت معدلات نمو إيرادات السياحة العالمية أعلى من معدلات نمو الصادرات والواردات العالمية خلال العامين 1992 و 1993، وكانت أدنى منها في عام 1995. وفي عام 1996، ارتفعت حصة عائدات السياحة العالمية في مجموع الصادرات العالمية إلى 8%، لأن معدل نمو عائدات السياحة العالمية بلغ 7.6%، بينما لم يتجاوز معدل نمو الواردات العالمية نسبة 4.2 % في عام 1996، بعد أن سجل انخفاضاً حاداً عن مستوى عام 1995، الذي بلغ 20.1 في المائة.

وبلغت عائدات السياحة نسبة 1.6% من الناتج القومي الإجمالي العالمي في عام 1996، أي أنها ارتفعت عن مستواها في عام 1990، الذي كان 1.2%. ويشير هذا إلى أن حصة عائدات السياحة في الناتج القومي الإجمالي العالمي تتجه إلى الازدياد مع الوقت، أي أن هذه العائدات تنمو بسرعة أكبر من سرعة نمو الناتج القومي الإجمالي العالمي، أنظر جدول (3، 4).

جدول (3) عائدات السياحة العالمية، والناتج القومي الإجمالي العالمي، ونسبة عائدات السياحة العالمية إلى الناتج القومي الإجمالي العالمي، كنسبة مئوية، 1990–1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
عائدات السياحة العالمية (بمليارات الدولارات)	266.2	272.7	310.8	317.8	347.8	393.3	420.0
الناتج القومي الإجمالي العالمي (بمليارات الدولارات)	20983	21761	23282	24125	24700	25320	25950
نسبة عائدات السياحة العالمية إلى الناتج القومي الإجمالي العالمي	1.2	1.3	1.3	1.3	1.4	1.6	1.6

المصدر: الاسكوا، 1999.

جدول (4) عائدات السياحة العربية ومساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وقيمة الصادرات والسلع، كنسبة مئوية، 1996

البلد	عائدات السياحة العالمية (مليون دولار)	مساهمة عائدات السوق في	
		GDP	قيمة الصادرات
مصر	3200	6.5	90.4
الأردن	770	12.2	52.5
الكويت	109	0.3	0.7
لبنان	715	10.2	97.4
عُمان	99	1.4	0.7
السعودية	1308	1.0	2.2
سوريا	1478	36.9	9.5
اليمن	39	1.7	0.5

المصدر: الاسكوا، 1999.

ومن الملاحظ أن نمو السياحة الدولية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتطورات التي تطرأ على اتجاهات الاقتصاد العالمي. فيؤدي تسارع نمو الاقتصاد العالمي، لا سيما في البلدان الصناعية الرئيسية التي تمثل أهم الأسواق السياحية، إلى ارتفاع عدد السياح الوافدين. إلا أن ظهور الكساد الاقتصادي والذي يؤدي إلى ارتفاع معدلات البطالة وانخفاض دخل الفرد، يساهم في انخفاض معدلات السياحة الدولية. وبالإضافة إلى ذلك، يعتبر استقرار الأوضاع السياسية هو أيضاً، عاملاً هاماً في التأثير على تطورات قطاع السياحة. فالاضطرابات السياسية والأزمات والحروب تؤدي إلى انخفاض حاد في عدد السياح الدوليين الوافدين إلى المناطق أو البلدان

المتضررة. وأحدث مثال على هذا هو أزمة الخليج، في عام 1991، التي أدت إلى انخفاض عدد السياح الوافدين إلى الشرق الأوسط بنسبة قدرات 7% مقارنة بعام 1990.

ولقد أظهرت دراسة أعدت بواسطة WTTC (1999) وذكرها تقرير الاسكوا (1999) عن تعاظم أهمية القطاع السياحي في الاقتصاديات العربية في المستقبل حتى عام 2010 كما هو موضح في جدول (5).

رغم أن منطقتي جنوب آسيا وجنوب شرقها تأتيان في المرتبة الأولى على مستوى العالم من حيث نمو السياحة، استقبلت أوروبا والأمريكيتان ما يتجاوز 80% من عدد السياح الدوليين الوافدين في عام 1992، وتلتها منطقة شرق آسيا والمحيط الهادئ بنسبة 12.3%، بينما ظل الوطن العربي في أدنى السلم من حيث عدد السياح الوافدين إليه (1.5% فقط) (World Tourism Organization, Global Tourism Forecasts to the Year 2000 and Beyond). وفي حين انخفض نصيب أوروبا من 66.4% إلى 60.4%، ونصيب الأمريكيتين من 29.6% إلى 21.5%، في الفترة من 1950 إلى 1992، ارتفعت حصة شرق آسيا والمحيط الهادئ من 0.8% إلى 12.3% خلال الفترة ذاتها.

ويمكن أن تعلل سرعة نمو السياحة في شرق آسيا إلى سرعة النمو الاقتصادي الذي حققته هذه المنطقة والذي أدى إلى ارتفاع كبير في دخل الفرد وإلى ارتفاع عام في مستوى المعيشة وبالتالي إلى زيادة الطلب على السياحة الخارجية. ومن ناحية أخرى، فلقد أدت التنمية الاقتصادية السريعة إلى تحسين المواقع السياحية والبنية التحتية والخدمات الأساسية والإعلام والتسويق والترويج التجاري. كما أن هذه المنطقة لم تشهد أي اضطرابات سياسية هامة يمكن أن تترك آثار سالبة على حرة واتجاهات تدفق السياحة. أما البلدان العربية، فلقد شهدت فترات من النزاعات والاضطرابات السياسية خصوصاً فيما يتعلق بوضع السلام في الشرق الأوسط وتداعياتها على كافة بلدان المنطقة مما انعكس سلبياً على النشاط السياحي وساهم بشكل رئيسي في خفض نسب ومعدلات نمو السياحة إلى البلدان العربية. كما ساهم أيضاً افتقار عدد من الدول العربية إلى البنية التحتية الكافية والخدمات الأساسية وقلة الاهتمام بترويج السياحة مع النقص في الكوادر البشرية المتخصصة في هذا المجال، كلها لعبت دور مهم في خفض معدل نمو القطاع السياحي في الوطن العربي. وفيما يلي نستعرض بعض التطورات القطرية لأداء القطاع السياحي في البلدان العربية.

جدول (5) تقديرات وتنبؤات عن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي والعمالة والاستثمار الرأسمالي للأقطار العربية خلال الفترة 1999–2010

البلد	نسبة مساهمة السفر والسياحة						معدل النمو					
	1999			2010			1998–1999			1999–2010		
	GDP	العمالة	الاستثمار الرأسمالي	GDP	العمالة	الاستثمار الرأسمالي	GDP	العمالة	الاستثمار الرأسمالي	GDP	العمالة	الاستثمار الرأسمالي
البحرين	10.6	7.9	6.6	11.3	8.3	6.8	1.4	5.0	1.6	4.0	2.7	3.7
مصر	9.0	8.7	7.7	9.7	9.6	7.9	5.8	4.4	5.8	5.9	3.3	5.6
الأردن	22.5	18.7	11.6	26.0	21.8	12.0	8.2	3.3	5.4	5.3	4.2	4.6
الكويت	5.0	6.3	2.5	5.7	6.8	2.6	0.6	4.1	4.8	4.8	3.1	4.9
عُمان	7.0	5.4	5.1	7.8	5.9	5.2	3.2	4.0	5.3	4.6	4.2	4.3
قطر	6.2	4.7	4.3	6.5	4.9	4.3	5.4	0.6	7.5	5.1	2.1	5.3
السعودية	6.4	4.9	3.9	7.1	5.3	4.1	(2.4)	2.3	14.4	4.5	3.8	4.7
سوريا	6.1	6.1	9.2	6.9	6.2	9.7	(9.6)	3.0	(2.7)	5.5	3.5	5.3
اليمن	5.2	4.9	4.0	5.8	5.2	4.2	4.6	(0.9)	11.5	5.9	3.6	6.3

المصدر: الاسكوا، 1999.

3- اتفاقية التجارة في الخدمات وأثرها على قطاع السياحة العربية

تدعو الأهداف الرئيسية للاتفاق العام للتجارة في الخدمات (GATS) إلى المساواة في معاملة الخدمات المحلية والأجنبية والتقليل من التمييز والحماية في تجارة الخدمات، بما في ذلك السياحة. ويدعو الاتفاق العام للتجارة في الخدمات جميع الدول الأعضاء إلى توفير المساواة في المعاملة وفي النفاذ إلى السوق للموردين الأجانب الذين يوفرون خدمات من قبيل تشغيل الفنادق، ووكالات السفر، والرحلات. وتتضمن المساواة في المعاملة السماح للموردين الأجانب بإنشاء الخدمات السياحية في غير بلدانهم، والسماح لهم بالحصول على جميع المستلزمات من الخارج، وإعطائهم الحوافز المحلية والميزات الأخرى التي يتمتع بها موردو الخدمات المحليون. وتتضمن كذلك حرية تنقل الموظفين اللازمين لإدارة هذه الخدمات من بلد إلى آخر دون قيود. وبشكل عام، يدعو الاتفاق العام لتجارة الخدمات إلى التحرير التام والكامل للتجارة في الخدمات، بما فيها السياحة، وإلغاء جميع الحواجز والقيود التجارية التي تحول دون نمو هذا القطاع. ولتحرير التجارة الدولية وتنقل السلع والأفراد بحرية آثار إيجابية على قطاع السياحة، خاصة في مجال سياحة المؤتمرات والتدريب وسياحة رجال الأعمال، خصوصاً في البلدان التي لديها البنية التحتية اللازمة لتلبية الطلب المتوقع. وعلاوة إلى ذلك، يشكل قطاع السياحة قطاعاً مفتوحاً نسبياً إذا ما قورن بالقطاعات الأخرى. ومعظم البلدان تعتمد على القطاع الخاص، بما في ذلك القطاع الخاص الأجنبي للقيام بدور رئيسي في تنمية السياحة، وتزوده بالحوافز والميزات لتحقيق هذا الغرض. وبالإضافة إلى ذلك، يعمل مشغلو الفنادق الدولية بنشاط في عدد كبير من البلدان السياحية. ولكن المشكلة الرئيسية التي تواجه مشغلي السياحة في الدول العربية هي ذات المشكلة التي تواجه غيرها من بلدان العالم النامي، وهي مشكلة نوعية الخدمات المقدمة. فمستواها الحالي لا يسمح لها بالتنافس على النطاق العالمي. ويجري حالياً توسيع وتحسين معظم الخدمات المحلية، بما في ذلك خدمات الفنادق والمرشدين السياحيين والمطاعم، بهدف التغلب على أوجه القصور الحالية. ولذلك، قد يكون للعولمة آثار سلبية على الخدمات المحلية قبل أن تسنح لهذه الخدمات فرصة التحسن والتطور. هذا على الأمدين القصير والمتوسط، أما على الأمد الطويل، فمن المتوقع أن يؤدي تحرير تجارة الخدمات إلى توسيع قطاع السياحة العربية وزيادة عدد السياح الوافدين إلى المنطقة نتيجة لتحسن الخدمات السياحية. وكي يتحقق هذا فعلاً، لابد من أن تعمل الدول العربية على تكثيف جهودها لتنمية قطاع السياحة، وتحسين نوعية الخدمات المحلية، وفتح هذا القطاع تدريجياً أمام القطاع الخاص لزيادة فعاليته وقدرته التنافسية. وينبغي أن تنظر الدول العربية بجدية إلى التزاماتها بموجب الاتفاق العام للتجارة في الخدمات، وأن تستغل فترة السماح التي ينص عليها الاتفاق للإسراع في تنمية قطاع السياحة، خاصة في المجالات التي تتمتع فيها بميزة نسبية. ويمثل تحسين الخدمات المحلية أفضل وأضمن طريقة لزيادة حصتها في السوق. وبالإضافة إلى ذلك، يجيز الاتفاق العام للتجارة في الخدمات

فرض بعض الشروط على الالتزام بفتح أسواق السياحة أمام الموردين الأجانب. وبعد قبول هذه الالتزامات (WTO, 1999) ، لا يمكن الرجوع عنها قبل مرور ثلاث سنوات على بدء سريان الاتفاق.

وينبغي أن تتعاون الأقطار العربية مع المنظمة العالمية للسياحة، التي تقدم المساعدة للبلدان الأعضاء فيها عند التفاوض بشأن التزاماتها بموجب الاتفاق العام للتجارة في الخدمات. وينبغي كذلك أن تشجع التعاون خلال فترة المفاوضات، وأن تعزز بالتالي موقفها التفاوضي. وينبغي أن تشمل هذه الجهود تأسيس منظمة عربية إقليمية للسياحة بهدف تنسيق السياسات المتعلقة بالسياحة وتنسيق المواقف خلال المفاوضات، ليس فقط فيما يتعلق بالاتفاق العام للتجارة في الخدمات، بل كذلك خلال المؤتمرات والاجتماعات العربية الإقليمية والدولية الأخرى.

4- التطورات القطرية لأداء القطاع السياحي في البلدان العربية

(1) جمهورية مصر العربية

أولاً- القطاع السياحي: الخلفية العامة والتوجهات

مصر هي أهم بلد سياحي في منطقة الشرق الأوسط، ويمكنها أن تكون من أهم البلدان السياحية في العالم. وهي تجتذب عدة أنواع من السياحة إلى جميع أنحائها . فقد اشتهرت بمواقعها السياحية التقليدية، مثل الأهرام في الجيزة، والمدن الغنية بآثارها، مثل الأقصر وأسوان، كما نوعت قطاع السياحة لديها ليشمل أنشطة من قبيل الرياضة المائية، وسياحة المؤتمرات والتدريب، وسياحة الترفيه، والسياحة الصحية، والسياحة الدينية. ويستمر موسم السياحة في مصر على مدار السنة: فعلى الشواطئ، هناك السياحة الترفيهية في فصل الصيف، على الساحل الشمالي؛ وهناك السياحة الثقافية في القاهرة وفي مدينتي الأقصر وأسوان، في الجنوب، في جميع فصول السنة. كما توجد المواقع السياحية الجديدة التي تم إنشاؤها في سيناء، وخاصة على البحر الأحمر، مثل الغردقة، التي تجتذب العديد من السواح في جميع أوقات السنة بفضل مناخها وموقعها الفريدين، وشرم الشيخ وطابا .

ولم يلحظ قطاع السياحة إلا مؤخراً بالأولوية في عملية التنمية. ولم يكن الاهتمام به في مصر في السابق متناسباً دائماً مع أهميته في الاقتصاد . ونتيجة لذلك جاءت المشاريع الجادة الرامية إلى تنميته وتوسيعه في وقت متأخر نسبياً، واكتسب القطاع أهمية إضافية في بداية عملية السلام في الشرق الأوسط، في عام 1991 . ومنذ ذلك الوقت، شرعت مصر في خطة للتنمية السياحية مدتها 20 عاماً، تغطي الفترة من 1997 إلى

2017، وتهدف إلى تطوير البنية الأساسية للبلد والمرافق السياحية بحيث تستقبل أكثر من 26 مليون سائح سنوياً بحلول عام 2017 (وزارة السياحة، 1997). ويتوقع أن تكون مصر بعد إنجاز هذه الخطة، من أهم البلدان السياحية في العالم على الإطلاق.

نظراً إلى أهمية قطاع السياحة في الاقتصاد المصري، تشدد الحكومة كثيراً على تنميته، وهي قد قسمت المراكز السياحية في البلد إلى مراكز تقليدية، مثل المراكز الواقعة في القاهرة الكبرى وحولها، ومراكز سياحية جديدة تعقد عليها الآمال، مثل المراكز الواقعة على الساحل الشمالي، والبحر الأحمر وخليج العقبة (طابا وشرم الشيخ)، ومنطقة سيوة في الصحراء الغربية، ومنطقة المنيا ومنطقة أبوسنبل في الجزء الجنوبي من جمهورية مصر العربية.

وتستند خطة التنمية السياحية، الممتدة على 20 عاماً، إلى الافتراضات التالية:

أ. أن القطاع سيحقق معدل نمو سنوياً يبلغ 8 في المائة خلال فترة الخطة.
ب. أن مجموع عدد السياح الوافدين إلى مصر سيبلغ 26 مليون سائح بحلول عام 2017، أي سيرتفع من 3.9 ملايين في عام 1996 ليتجاوز ستة أمثاله.
ج. أن الحاجة ستدعو إلى إنشاء مرافق إضافية لتوفير الإقامة لهذا العدد المتوقع من السياح الوافدين. وتقدر الخطة أن مجموع عدد غرف الفنادق سيبلغ 380000 غرفة بحلول عام 2017، أي أن عددها سيزداد بأكثر من 400 في المائة عما كان عليه في عام 1996، أي من 70471 غرفة.
د. أن مجموع عدد ليالي الإقامة السياحية سيزداد من 23 مليون ليلة في عام 1996 إلى 242 مليون ليلة في عام 2017، أي أنه سيتجاوز سبعة أمثاله (وزارة السياحة، 1997).

وتركز الخطة على ضرورة تطوير قطاع السياحة بعيداً عن المناطق التقليدية مثل القاهرة الكبرى والإسكندرية، وباتجاه المناطق السياحية السريعة النمو مثل منطقة البحر الأحمر والغردقة وسفاجة ورأس بناس. ويتوقع أن يصل عدد غرف الفنادق في منطقة البحر الأحمر، بنهاية عام 2017، إلى 200000 غرفة، بالإضافة إلى 30000 غرفة في خليج العقبة، وعلى وجه الخصوص شرم الشيخ وطابا. وتعطي الخطة الأولوية للمواقع السياحية التي تعقد عليها آمال كبيرة، مثل العين السخنة ورأس سدر وسانت كاترين. ويجري

تنويع للمواقع السياحية والأنشطة السياحية لتلبية النطاق الواسع من السياحة المتوقعة واستقبال الزيادة المنتظرة في عدد السياح. وتهدف الخطة إلى توسيع نطاق خدمات الكهرباء والمياه ومرافق النقل والاتصالات.

وبالإضافة إلى تنويع الأنشطة السياحية، تهدف الحكومة إلى تحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة من خلال تنمية المواقع السياحية الجديدة، خاصة في المناطق الأقل نمواً مثل سيناء، حيث تدعو الخطة إلى بناء 90922 غرفة فندقية لتوسيع نطاق السياحة، وإلى خلق 169366 فرصة عمل إضافية. وتعتبر منطقة سيناء، التي تتضمن البحر الأحمر وخليج السويس وساحل سيناء الشمالي، أهم منطقة سياحية خارج المناطق السياحية التقليدية.

وتدعو الخطة السياحية إلى توسيع نطاق التدريب السياحي لتلبية الزيادة المتوقعة في الطلب على الموارد البشرية المؤهلة. وتدعو الخطة أيضاً إلى التوجه نحو نوعية جيدة من السياحة حتى تتمكن مصر من منافسة البلدان السياحية الرئيسية الأخرى. ويتضمن هذا رفع درجة الخدمات السياحية، وتنويع الأنشطة السياحية وترقيتها، وتحسين معاملة السياح. وتملك مصر الإمكانيات اللازمة للتنافس مع البلدان الأخرى في هذا المجال باعتبارها من أهم البلدان السياحية في المنطقة.

وبالإضافة إلى ذلك فإن خطة التنمية السياحية تهدف إلى ترميم المواقع السياحية الهامة الموجودة حالياً وحمايتها، وتركز على ضرورة توفير مزيد من الحماية للتراث الثقافي الهائل الذي تملكه مصر، أنظر جدول (6).

جدول (6) التقديرات الأولية لخطة التنمية السياحية لفترة 20 عاماً

	عدد السياح (بالملايين)	عدد الليالي السياحية	عائدات السياحة (بمليارات الدولارات)	متوسط مدة الإقامة في الليلة	متوسط إنفاق السائح يومياً (بالدولار)
1997/1998–2001/2002	6.3	46	6.6	7.3	143
2002/2003–2005/2006	10.1	81	11.6	8	143
2006/2007–2011/2012	16.3	140.4	20	8.6	143
2012/2013–2016/2017	26.3	242	34.6	9.3	143

المصدر: وزارة السياحة المصرية، إدارة التخطيط، القاهرة، 1997.

وبهدف اجتذاب الموارد المالية اللازمة لتنفيذ مشاريع الخطة، قدمت الحكومة مجموعة كبيرة من حوافز الاستثمار في القطاع الخاص الذي يتوقع له أن يؤدي الدور الأساسي في تنفيذ خطة التنمية السياحية.

وفيما يلي بعض الحوافز المقدمة لتشجيع تدفق الاستثمارات الخاصة:

أ. حق المستثمر في إعادة رأس المال والأرباح إلى وطنه الأصلي.

ب. الإعفاء من الضرائب لمدة 10 سنوات.

ج. الحد من ضريبة الاستيراد المفروضة على المعدات والآلات المستوردة، بحيث لا يتجاوز 5 في المائة.

د. الاستثمار في المجالات التي تخدم قطاع السياحة وإن كانت غير متصلة به مباشرة، مثل إقامة شبكات الطرق والمطارات ومحطات الطاقة الكهربائية.

ه. الحق في تملك الأراضي.

وفي المقابل فسوف يركز دور الحكومة في تنمية قطاع السياحة، لاسيما المواقع السياحية الجديدة، على ما يلي:

أ. استكمال الخدمات الأساسية اللازمة (البنية التحتية) لتنمية هذه المناطق.

ب. تيسير مشاركة القطاع الخاص من خلال توفير حوافز للاستثمار واختصار الإجراءات لتوفير الوقت والجهد على المستثمرين.

ج. تنظيم قطاع السياحة، بما في ذلك اختيار المناطق السياحية وتنظيم الاستثمار، ودمج هذه المناطق في خطة التنمية العامة بهدف ضمان اتباع نهج متكامل للتنمية الاقتصادية.

د. التسويق والترويج، بما في ذلك تنظيم المعارض السياحية والمشاركة في المؤتمرات والاجتماعات الإقليمية والدولية، وتنظيم الأسابيع السياحية في مختلف البلدان، وخاصة في البلدان التي تشكل أسواقاً سياحية هامة.

ه. التنقيب في المواقع الأثرية وترميمها.

و. التدريب والتثقيف.

ثانياً– الإصلاح الاقتصادي ودور القطاع السياحي

أخذت الحكومة على عاتقها تحرير الاقتصاد والخصخصة بهدف زيادة الكفاءة الاقتصادية، وتخفيف دور القطاع العام في القطاعات الإنتاجية، وتشجيع الدور القيادي للقطاع الخاص، وتعزيز تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، وترويج أساليب جديدة في الإدارة، وفتح أسواق جديدة. فلقد أصدرت القوانين التي تهدف إلى زيادة مساهمة القطاع الخاص في تأسيس المرافق السياحية والترخيص لها.

ويعتبر القطاع الخاص في مصر هو القطاع الرئيسي من حيث تنمية السياحة وخاصة في المواقع السياحية الجديدة. ويشمل ذلك بناء المرافق السياحية والمشاركة في مشاريع البنية التحتية، وذلك باتباع اثنين من أساليب الخصخصة هما أسلوب التشييد والتشغيل ونقل الملكية (BOT)، وأسلوب التشييد والامتلاك والتشغيل ونقل الملكية (BOOT). ويتوقع أن يتولى القطاع الخاص تنمية المواقع السياحية الجديدة، خاصة في منطقة البحر الأحمر، كما يتوقع أن تمول من مصادر خاصة معظم الاستثمارات اللازمة، والتي قدرت بحوالي 100 مليار جنيه مصري (حوالي 26 مليار دولار أمريكي).

وتصدّر قطاع السياحة عملية الخصخصة في مصر. فقد باعت الحكومة، في أول صفقات لها في سياق الخصخصة، عدة فنادق من الدرجة الأولى، بما في ذلك شيراتون الغردقة وفندق المريديان في عام 1991، وفندق شيراتون القاهرة في عام 1994. وعلاوة على ذلك، وبهدف زيادة عدد السياح الوافدين، تسمح الحكومة بهبوط الطائرات المستأجرة في مطاراتها، وخاصة في مطارات الأقاليم والمحافظات. ويتوقع أن يؤدي هذا إلى زيادة عدد السياح القادمين إلى مصر مباشرة من أوروبا والبلدان المجاورة.

رغم أن قطاع السياحة لا يعتبر قطاعاً مستقلاً في التصنيف الحالي للناتج المحلي الإجمالي، فإن أهميته الاقتصادية واضحة كمصدر لإيرادات العملات الأجنبية وخالق لفرص العمالة. وللسياحة تأثير هام على

الاقتصاد المصري. فهي تساهم في الميزان الجاري وتخفيض العجز فيه، كما أنها تسهم في تنمية قطاعات اقتصادية أخرى بفعل دورها الحفاز للتنمية الاقتصادية بوجه عام، بالإضافة إلى ذلك، خلق قطاع السياحة فرص عمل، فيساهم في تخفيض معدل البطالة الإجمالي في البلد، بالإضافة إلى مساهمته في تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر. وعلاوة على ذلك، فإن قطاع السياحة يزيد الطلب على منتجات القطاعات الأخرى، كقطاعي الصناعة والزراعة، ومن ثم يساهم مساهمة إيجابية في التنمية الاقتصادية.

ولقد بلغ العدد الإجمالي للسياح الوافدين 3.9 ملايين في عام 1996، أي بزيادة قدرها 56 في المائة بالنسبة لمستوى عام 1993، وبزيادة قدرها 25.8 في المائة بالنسبة لمستوى عام 1995، البالغ 3.1 ملايين، أنظر جدول (7). وارتفع نصيب مصر في السياحة الدولية من 0.39 في المائة عام 1986 إلى 0.65 في المائة عام 1996، في حين بلغ نصيبها من السياح الوافدين إلى منطقة الشرق الأوسط 23.7 في المائة عام 1996، مما جعلها أحد البلدان السياحية الرئيسية في المنطقة.

ولقد أظهرت البيانات أن التوزيع الإقليمي للسياح الوافدين على مصر في عام 1995 أن ما يزيد على 36 في المائة منهم جاءوا من أوروبا، و 23.7 في المائة من بلدان عربية أخرى، و 5.8 في المائة من أمريكا الشمالية.

ومع ذلك، فإن حصة مصر مازالت متواضعة بالمقارنة مع حصة البلدان السياحية الرئيسية مثل فرنسا (10.3 في المائة من المجموع العالمي في عام 1996)، والولايات المتحدة (7.5 في المائة)، وإسبانيا (7.0 في المائة) مثلاً.

وبالإضافة إلى الزيادة في عدد السياح الوافدين، هناك أيضاً نمو مماثل في عدد الليالي التي يقضيها السياح في مصر. ومع ذلك فإن العدد ارتفع بصورة مطردة خلال الفترة 1994-1996، ليبلغ 23.8 مليون ليلة، أي بزيادة قدرها 57.6 في المائة بالنسبة لمستواه في عام 1993.

جدول (7) العدد الإجمالي للسياح الوافدين وعدد الليالي التي قضوها في مصر

1990-1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
السياح الوافدون (بالملايين)	2.6	2.1	3.2	2.5	2.9	3.1	3.9
عدد الليالي التي قضوها (بالملايين)	18.9	16.2	21.8	15.1	15.4	20.5	23.8

المصدر: وزارة السياحة المصرية، القاهرة، 1997.

وهنا يجدر الإشارة إلى أن هناك ثمة عاملان يؤثران بصورة مباشرة على العدد الإجمالي لليالي التي يقضيها السياح: الأول هو العدد الإجمالي للسياح الوافدين، والثاني هو متوسط إقامة السائح. وعليه، يمكن زيادة هذا العدد باستحداث أنشطة سياحية إضافية تجعل السياح يمددون إقامتهم في مصر. وهناك أيضاً عامل آخر يتمثل في كون المواقع الأثرية في مصر منتشرة على مساحة كبيرة تمتد من الأهرامات في القاهرة إلى الأقصر وأسواق في الجنوب، مما يعني أن زيارة كل هذه المواقع قد تستغرق أسبوعاً كاملاً. وسيكون إدخال أنشطة سياحية جديدة، خاصة في المنطقة التي تم تطويرها مؤخراً على البحر الأحمر، عاملاً آخر يمكن أن يؤدي إلى ارتفاع متوسط مدة إقامة السائح في مصر خلال السنوات القليلة القادمة.

وتشكل إيرادات السياحة عنصراً هاماً في صادرات مصر من الخدمات. ففي عام 1995، بلغت حصة إيرادات السياحة في القيمة الإجمالية لصادرات الخدمات 31.2 في المائة، بعد أن كانت 24 في المائة عام 1990 و 24.9 في المائة عام 1994. وتمثل هذه الإيرادات أيضاً ثاني مصدر للعملات الأجنبية بعد تحويلات المصريين في الخارج، وهي أهم من رسوم قناة السويس وأعلى من عائدات بيع النفط. وقد كانت إيرادات السياحة من أهم عوامل التثبيت فيما يتعلق بالحالة الإجمالية لميزان المدفوعات. وإذا استمر الاتجاه الحالي في نمو قطاع السياحة، فإن ذلك سيسهم في تحقيق فائض في ميزان المدفوعات في السنوات القادمة، على الرغم من التسارع الشديد المتوقع في نمو الواردات. وعلاوة على ذلك، تلعب السياحة، باعتبارها سلعة تصديرية، دوراً هاماً في مجموع صادرات مصر. فقد زادت مساهمتها في الحجم الإجمالي لصادرات السلع والخدمات بمقدار الضعف تقريباً بين عام 1990 و 1996، مرتفعة من 10.7 في المائة إلى 20.2 في المائة. وحصة إيرادات السياحة في تصدير السلع أعلى من ذلك، وقد ارتفعت خلال الفترة 1990–1995 من 27 في المائة إلى 57.5 في المائة، أي زادت بأكثر من الضعف خلال تلك الفترة.

ظلت حصة العمالة في السياحة، بالنسبة إلى العمالة الكلية، متواضعة وأقل بكثير مما يمكن أن تكون عليه. ولقد ارتفع عدد المستخدمين في القطاع ارتفاعاً طفيفاً في عام 1994/1993، فوصل إلى 133 ألف، أي بزيادة قدرها 2.3 في المائة بالنسبة للسنة السابقة. بيد أنه تجدر الإشارة إلى أن الأرقام الواردة أعلاه لا تمثل سوى العمالة المباشرة في قطاع السياحة ولا تشمل فرص العمل التي تم خلقها في قطاعات أخرى لها صلة مباشرة بقطاع السياحة، كالنقل، والاتصالات، وتوليد الطاقة الكهربائية، ومرافق المياه، والزراعة، والصناعة والتجارة. ووفقاً لتقديرات وزارة السياحة، كان عدد المستخدمين في محلات الهدايا التذكارية، في

عام 1990، يبلغ 40 ألف، أي ما يمثل 29.4 في المائة من مجموع العمالة في قطاع السياحة في عام 1994/ 1995.

ومن المتوقع أن تزيد العمالة في قطاع السياحة بصورة مطردة خلال السنوات القادمة، على نحو يتجلى فيه التوسع السريع الذي يتوقع أن يحققه هذا القطاع، لاسيما في مجال المنشآت السياحية، مثل السياحة والموتيلات والقرى السياحية والمرافق المتصلة بها كالنوادي والمرافق الرياضية والترفيهية. والتوسع في العمالة في قطاع السياحة وثيق الصلة بالزيادة في عدد غرف الفنادق السياحية.

جدول (8) العمالة في قطاع السياحة

	1989/ 1990	1990/ 1991	1991/ 1992	1992/ 1993	1993/ 1994	1994/ 1995
العدد الإجمالي للمستخدمين	13032	13376	13742	14011	14436	14879
العمالة في قطاع السياحة	140	130	151	140	133	136
العمالة في قطاع السياحة كنسبة مئوية من أجمالي العمالة	1.1	0.97	1.1	1.0	0.92	0.91

المصدر: الاسكوا، استناداً إلى مصادر وطنية ودولية.

ثالثاً– المعوقات الرئيسية للقطاع السياحي في مصر

فيما يلي ملخص للعقبات الرئيسية التي تعيق تسارع النمو في هذا القطاع، وهي كالتالي:

أ. قصور في البنية التحتية والهياكل الأساسية. هناك نقص كبير في مرافق الإيواء وعدد الغرف ونوعية الفنادق.

ب. عدم كفاية الترويج والتسويق للسياحة. لم تتمكن وزارة السياحة من أن تنظم أكثر من بضعة معارض سياحية، وهناك حاجة إلى إنشاء مكاتب سياحية في البلدان الرئيسية التي يأتي منها السياح.

ج. تعسر عملية السلام الشامل في الشرق الأوسط. إن قطاع السياحة سريع التأثر بالتطورات السياسية، ومنطقة الشرق الأوسط تتصف بعدم الاستقرار السياسي بسبب عدم وجود سلام شامل. وسيظل نمو قطاع السياحة في مصر وبلدان أخرى في المنطقة مرهون بالتطورات التي تحصل في عملية السلام.

د .	نقص الكوادر البشرية المؤهلة. على الرغم من وجود عدة معاهد ومدارس سياحية، هناك حاجة إلى رفع مستوى التدريب المتوفر كمياً ونوعياً وتوسيعه ليتمكن من تلبية الزيادة المتوقعة في الطلب على الموارد البشرية المؤهلة.

(2) المملكة الأردنية الهاشمية

أولاً- القطاع السياحي: الخلفية العامة والتوجهات

لا يزال قطاع السياحة في الأردن غير متطور نسبياً بالمقارنة مع البلدان الأخرى في المنطقة، مثل مصر، وهذا عامل رئيسي وراء الجهود التي تبذلها الحكومة حالياً بغية التعجيل بتنمية القطاع حتى يصبح الأردن قادراً على منافسة البلدان السياحية الرئيسية في المنطقة.

وتشمل المعالم السياحية الرئيسية للبلد ما يلي: (أ) مدينة البتراء، التي أعلنتها اليونسكو جزءً من التراث العالمي؛ (ب) مدينة جرش الإغريقية-الرومانية؛ (ج) مدينة مادبا الغنية بالفسيفساء؛ (د) الشعاب المرجانية في العقبة؛ (هـ) البحر الميت، وهو مشهور بكونه أدنى نقطة على سطح الأرض، وكذلك بمرافقه العلاجية.

وقد أولت الحكومة الأردنية، في إطار عملية تنويع الاقتصاد التي تقوم بتنفيذها ومن أجل استغلال التراث الأثري الذي يزخر به الأردن، أولوية عالية لقطاع السياحة في عملية التنمية الاقتصادية، وتعزز هذا الاتجاه بالتغير الذي طرأ على المناخ السياسي في المنطقة بعد توقيع معاهد السلام مع إسرائيل في عام 1994. وقد هيأت الحكومة عدة مشاريع سياحية هامة في المناطق السياحية الرئيسية في البلد، لا سيما في العقبة والبحر الميت، بالإضافة إلى مشروع كبير يتعلق بترميم المدن التاريخية في الأردن، كجرش والبتراء ومادبا. ومن أجل تنفيذ هذه المشاريع خلال فترة تتسم بالقيود المالية، اتجه الأردن إلى القطاع الخاص لكي يقوم بالدور الرئيسي في تنمية قطاع السياحة. ويتوقع أن يقوم القطاع الخاص (الأردني والعربي والأجنبي) بتمويل معظم المشاريع المخطط لها، وتقدر تكلفتها بنحو مليار دولار. والسياحة الدولية في الأردن كغيرها من دول المنطقة سريعة التأثر بالتطورات الحاصلة في عملية السلام.

ولقد كانت أهم أهداف خطة التنمية للفترة 1986-1990 في مجال السياحة كما يلي:

أ .	زيادة الخدمات السياحية بنسبة 26.8 في المائة بين عامي 1981 و 1990.

ب. التركيز على السياحة المحلية والسياحة الوافدة من البلدان العربية، وخاصة من بلدان مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

ج. رفع مستوى قطاع السياحة بواسطة أمور من بينها تكثيف الحفريات في مواقع أثرية جديدة، وتخفيض التكاليف الإدارية، وتطوير الموارد البشرية.

د. النهوض بالسياحة التجارية وزيادة الجهود الترويجية في الخارج.

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف، خصصت الخطة 52.5 مليون دينار أردني لمشاريع الهياكل الأساسية، بما في ذلك تطوير مراكز الزوار في وادي رم والبتراء، وبناء استراحات في أم قيس وعجلون وأم الجمال ووادي شعيب، وترميم حمامات عفرا، وبناء فندق في البتراء. وأثناء تنفيذ الخطة (1986-1989)، واجه الاقتصاد الأردني أزمة اقتصادية كبيرة تمثلت في انخفاض حاد في الاحتياطيات من العملات الأجنبية، وتزايد عبء الديون، وتزايد الضغوط على سعر صرف العملة الوطنية. وبالإضافة إلى ذلك، شهد عام 1990 انفجار أزمة الخليج التي كانت لها آثاراً سلبية كبيرة على الاقتصاد الأردني. فقد خسر الأردن سوق تصدير رئيسي نتيجة لفرض الأمم المتحدة عقوبات اقتصادية على العراق، كما خسر المعونة الاقتصادية التي كان يتلقاها من بلدان مجلس التعاون لدول الخليج العربية. وكان لهذه التطورات تأثير سلبي على تنفيذ خطة التنمية للفترة 1986-1990. ولقد ركزت خطة التنمية الخمسية للفترة 1993-1997 على صياغة سياسات مواتية للاستثمار، تشجع القطاع الخاص على القيام بدور رئيسي في تنمية قطاع السياحة في حين يركز دور القطاع العام على الخدمات الأساسية كالتدريب، وتحديث نصوص الترخيص بالمشاريع، وإصلاح الأنظمة الأخرى المتعلقة بملكية وإدارة الفنادق والمنشآت السياحية المتصلة بها، وإنشاء غرفة للسياحة.

وبوجه عام، تتلخص الاستراتيجية السياحية للأردن في إمداد القطاع الخاص بالحوافز الضرورية لتمكينه من القيام بدور رئيسي في تنمية السياحة، عن طريق اعتماد سياسات مشجعة للاستثمار تشمل الإعفاء المؤقت من الضرائب، وإعفاء المستوردات من المواد المتعلقة بالسياحة من الرسوم، والقضاء على التمييز ضد المستثمرين العرب وغير العرب العاملين ضمن القطاع الخاص.

تزود الحكومة القطاع الخاص بحوافز استثمارية سخية لتشجيعه على المشاركة في تنمية السياحة في المناطق السياحية الرئيسية في الأردن.

فلقد قدمت الحكومة حوافز للقطاع الخاص لتشجيعه على المشاركة في التنمية الاقتصادية للبلد، بما في ذلك قطاع السياحة. وتشمل تلك الحوافز على:

أ. إعفاء من الضرائب والرسوم التي تفرض على المواد- بما في ذلك قطع الغيار- التي تستورد لمشاريع القطاع الخاص.

ب. إعفاءات من الضرائب والرسوم بالنسبة لما يستورد للمشاريع من أصول ثابتة تؤدي إلى توسيع طاقة المشروع بنسبة 25 في المائة على الأقل.

ج. إعفاء هذه المشاريع من ضرائب الدخل والخدمات الاجتماعية لمدة 10 سنوات، اعتباراً من تاريخ الإنتاج.

كما عملت الحكومة على تبسيط وتسهيل إجراءات الترخيص بالمشاريع عن طريق إنشاء دائرة متعددة الخدمات للاستثمار وكذلك آلية لتسوية النزاعات المتعلقة بالاستثمار تتمثل في اتفاقية استثمار الأموال العربية وانتقالها بين الدول العربية بالنسبة للمستثمرين العرب، وفي المركز الدولي لتسوية نزاعات الاستثمار بالنسبة للمستثمرين الآخرين.

وفي عام 1995، وفي إطار الإصلاح الضريبي على ضريبة الدخل، فلقد خفضت نسبة ضريبة الدخل على الشركات من 38 في المائة بالنسبة لشركات المساهمة و 60 في المائة بالنسبة للشركات الأخرى إلى 15 في المائة إذا كان دخل الشركة ناشئاً من قطاعات ذات أولوية، مثل الفنادق والمستشفيات، وإلى 35 في المائة بالنسبة للبنوك وشركات التأمين، وإلى 25 في المائة بالنسبة لجميع الشركات الأخرى. وعلاوة على ذلك، أعفيت جميع النفقات المتعلقة بالتدريب والبحث والتسويق من ضريبة الدخل.

وهذه القوانين هي جزء من الجهود التي تبذلها الحكومة الأردنية من أجل فتح الاقتصاد الأردني لتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، وبالتالي من أجل تقليص الفجوة بين الاستثمار والادخار؛ كما أنها جزء من برنامج الإصلاح والتحرير الاقتصادي الجاري تنفيذه حالياً.

ومن جهة أخرى، فلقد سمحت الحكومة للقطاع الخاص بإدارة شركات حافلات سياحية، كما سمحت له بالمساهمة في الاستثمار في المنشآت السياحية في منطقة البحر الميت، وباعته جزءً من أسهمها في الفنادق والمنشآت السياحية الأخرى.

ويقوم القطاع الخاص بدور رئيسي في تنمية قطاع السياحة في الأردن. فمعظم المنشآت السياحية، كالفنادق والمطاعم، مملوكة لهذا القطاع، بينما خفضت الحكومة حصتها في أسهم المنشآت السياحية؛ ويتوقع أن يستمر هذا الاتجاه في المستقبل القريب. ويتولى القطاع الخاص تنفيذ معظم المشاريع السياحية في المناطق التي

جرت تنميتها مؤخراً في البحر الأحمر والبحر الميت. وبالإضافة إلى ذلك، يشجع هذا القطاع على المشاركة في مشاريع بناء البنية التحتية، كالطرقات ومحطات توليد الكهرباء وتنقية المياه.

وخلال السنوات القليلة الماضية، وافقت الحكومة على بناء 48 فندقاً سيقوم القطاع الخاص بتمويل الجانب الأكبر منها، وبذلك سيضاف 5293 غرفة فندقية و 8559 سريراً فندقياً. وسوف يعزز الإسراع في تنفيذ برنامج الخصخصة في الأردن مشاركة القطاع الخاص في تنمية السياحة. ولقد أدت المشاركة النشطة للقطاع الخاص إلى زيادة قدرها 39.4 في المائة في عدد الفنادق المصنفة خلال الفترة 1990–1996، فبلغ عددها 152 في عام 1996، بعد أن كان 109 في عام 1990؛ كما أدت إلى زيادة بنسبة 46.8 في المائة في عدد الفنادق خلال نفس الفترة.

ثانياً- الإصلاح الاقتصادي ودور القطاع السياحي

في عام 1996، بلغ مجموع عدد السياح الوافدين 1.1 مليون، أي بزيادة قدرها 64.2 في المائة بالنسبة لمستواه في عام 1992، البالغ 0.67 مليون. ويظل قطاع السياحة في الأردن معتمداً كثيراً على السياح الوافدين من البلدان العربية الأخرى، وخاصة من بلدان مجلس التعاون لدول الخليج العربية. وعلى الرغم من انخفاض حصة بلدان مجلس التعاون لدول الخليج العربية، في عام 1996، إلى 51.9 في المائة، فإنها لا تزال تمثل المصدر الرئيسي للسياح الوافدين إلى الأردن. وأهم تطور في مجال السياحة الوافدة هو الزيادة الكبيرة في عدد السياح الآتين من أمريكا الشمالية، الذي ارتفع بنسبة 180 في المائة خلال الفترة 1990-1996، فبلغ حوالي 108 ألف بعد أن كان 38 ألف في عام 1990 . بيد أن حصتهم في المجموع تظل متواضعة، إذ أنها مثلت أقل من 10 في المائة من مجموع السياح الوافدين في عام 1996، مقابل 22.8 في المائة بالنسبة للسياح الآتين من البلدان الأوروبية.

وعلى الرغم من ازدياد عدد السياح الوافدين من أمريكا الشمالية والبلدان الأوروبية، يتوقع أن تظل السياحة في الأردن تعتمد على تدفق السياح من البلدان العربية الأخرى، وخاصة من بلدان مجلس التعاون لدول الخليج العربية؛ وستظل السوق الأردنية، إلى حد كبير، سوقاً إقليمية. وهذا ما يفسر، جزئياً، قلة الأنشطة التسويقية التي تبذل في الخارج والتي يحد منها عدمٍ توفر الموارد المالية.

تمثل إيرادات السياحة مصدراً رئيسياً للعملات الأجنبية في الأردن. فالسياحة هي ثاني مصدر لهذه العملات بعد تحويلات الأردنيين في الخارج. وبعد حصول انخفاض قدره 38 في المائة في عام 1991، نشأ من انخفاض شديد في تدفق السياح الوافدين، زادت إيرادات السياحة في الأردن بصورة مطردة خلال الفترة 1992 -1996، فارتفعت من 462.4 مليون دولار في عام 1992 إلى 742.3 مليون دولار في عام 1996، أي بزيادة قدرها 60.5 في المائة. وقد مثلت إيرادات السياحة في عام 1996 نحو 10.1 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي للأردن.

ومن ناحية أخرى، تؤدي إيرادات السياحة دوراً تثبيتياً هاماً فيما يتعلق بميزان المدفوعات وتنويع الصادرات الأردنية. وقد بلغ متوسط نسبة هذه الإيرادات إلى صادرات الأردن من السلع والخدمات نحو 19.5 في المائة خلال الفترة 1993-1996 . وإضافة إلى ذلك، كانت نسبة صادرات الأردن من السلع 50.7 في المائة فقط في عام 1996، بعد أن كانت 46 في المائة عام 1994 . وإيرادات السياحة، كنسبة

مئوية من مجموع الإيرادات الحكومية، التي انخفضت في عام 1991 و 1992 إلى 26.1 و 26.9 على التوالي، ارتفعت بعد ذلك بصورة مطردة إلى 34.7 في المائة في عام 1996.

ولا تزال حصة قطاع السياحة من العمالة، ضمن مجموع القوى العاملة، صغير نسبياً. ففي عام 1996، بلغت هذه الحصة 1.4 في المائة، بعد أن كانت 0.9 في المائة عام 1992. ويستطيع قطاع السياحة، عندما يتم تطويره تطويراً كاملاً، أن يساهم بصورة فعالة في تخفيض معدل البطالة المرتفع نسبياً، الذي يمثل مشكلة ملحة بالنسبة للاقتصاد الأردني.

وخلال الفترة 1990-1996، ارتفع عدد العاملين في قطاع السياحة من حوالي 8 آلاف إلى حوالي 15 ألف أي بزيادة قدرها 84 في المائة، أنظر جدول (9). وكان الجانب الأكبر من العمالة يتركز في مجال الفنادق المصنفة، التي كانت تستوعب نحو 45 في المائة من مجموع العمالة في القطاع في عام 1996، تليها العمالة في وكالات السفر (11.6 في المائة).

جدول (9) العمالة في قطاع السياحة

1990-1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
الفنادق المصنفة	5814	5880	5999	4936	5033	5757	8316
الفنادق غير المصنفة	360	474	399	444	462	534	566
وكالات السفر	995	1059	1264	1365	1478	1658	1758
شركات تأجير السيارات	168	170	200	250	400	600	823
محلات الهدايا التذكارية للسياح	212	212	220	250	300	335	318
الأدلاء السياحيون	111	157	192	240	317	414	618
أدلاء ركوب الخيل	377	391	386	385	387	387	387
شركات نقل السياح	215	210	208	235	275	380	505
مطاعم السياح							3840
المجموع	8252	8453	8868	8105	8652	10065	15196

المصدر: وزارة السياحة، دائرة الإحصاءات العامة، عمان، الأردن، 1997.

(3) الجمهورية اللبنانية

أولاً– القطاع السياحي: الخلفية العامة والتوجهات

لقد تعرض قطاع السياحة في لبنان للدمار أثناء فترة الحرب الأهلية التي امتدت من عام 1975 إلى عام 1990. فقد انخفض العدد الإجمالي للفنادق بنسبة 32.1 في المائة، هابطاً إلى 235 في عام 1995 مقابل 346 في عام 1972، بينما انخفض عدد الغرف خلال الفترة ذاتها بنسبة 57.2 في المائة إلى 6630، بعد أن كان 15481 غرفة.

وفي أعقاب اتفاق السلام الذي وُقّع في عام 1990، نشطت الحكومة اللبنانية في إعادة بناء البنية التحتية، فانصرفت إلى تنفيذ خطة تعمير واسعة النطاق تركز بصفة خاصة على المرافق العامة، كالكهرباء والمياه والنقل والاتصالات. غير أن الاعتمادات المخصصة للسياحة ظلت صغيرة نسبياً. فقد خفضت ميزانية وزارة السياحة كثيراً، وأصبحت تمثل أقل من 0.5 في المائة من مجموع النفقات الحكومية خلال الفترة 1992–1997 (تقرير مصرف لبنان، 1995).

في لبنان مجموعة متنوعة من الأنشطة السياحية التي تلبي احتياجات عدة فئات من السياح، من ضمنها السياحة الجبلية والسياحة الثقافية وسياحة رجال الأعمال والمؤتمرات وسياحة التسوق.

ولقد بدأت الحكومة اللبنانية في عام 1995 إعداد الخطة السياحية الوطنية للفترة 1996–2010، وذلك بمساعدة الحكومة الفرنسية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومنظمة السياحة العالمية. والأهداف الرئيسية للخطة هي:

أ. تحديد استراتيجيات سياحية قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل، خاصة في مجالات البنية التحتية والتسويق والترويج للسياحة.

ب. ترميم المواقع السياحية القديمة في لبنان.

ج. إعادة بناء قاعدة بيانات إحصائية يعتمد عليها.

د. إعادة بناء ما يلزم من بنية تحتية للسياحة، والترتيبات المؤسسية، والأنظمة الإدارية، ونظم التعليم والتدريب.

وتهدف الخطة الرئيسية إلى تعبئة الموارد العامة، والخاصة لتحقيق هذه الأهداف، كما تهدف إلى استعادة مكانة لبنان كوجهة سياحية رئيسية في المنطقة واسترجاع حصته في السوق بالتركيز على المجالات التي يمتلك فيها ميزة نسبية، لا سيما مجال سياحة التزلج وسياحة المؤتمرات والتدريب والسياحة الثقافية.

وتستهدف الخطة الرئيسية الفئات التالية من السياح:

أ. المهاجرين اللبنانيين.
ب. السياحة الوافدين من سائر البلدان العربية وبلدان الشرق الأوسط.
ج. السياح الأوروبيين والأمريكيين واليابانيين.

وتتوقع الخطة أن يبلغ عدد السياح الوافدين على لبنان 3.2 ملايين بحلول عام 2010، أي بمعدل نمو سنوي قدره 9 في المائة. كما تتوقع أن يبلغ عدد الليالي التي يقضيها السياح 8.06 ملايين، أي بمعدل نمو سنوي قدره 10.2 في المائة، خلال الفترة 1995–2010، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف، تدعو الخطة إلى زيادة عدد الغرف إلى حوالي 63 ألف غرفة في عام 2010، وقد بلغ عددها حوالي 18 ألف غرفة في عام 1995. وفيما يخص العمالة في قطاع الإيواء، تدعو الخطة إلى زيادة العدد الإجمالي للمستخدمين في القطاع إلى حوالي 76 ألف مستخدم في عام 2010، وقد بلغ عددهم حوالي 32 ألف في عام 1995، أي بمعدل نمو سنوي متوسطه 5.8 في المائة.

وفيما يتعلق بالتوجهات السياسية، فإنها تدعو إلى مشاركة كاملة من القطاع الخاص للتعويض عن النقص في الأموال العامة المتاحة. وتشجع الخطة، بصفة خاصة، مشروعات تطوير منشآت سياحية، وضمنها مشروعات البنية التحتية، على أساس البناء والتشغيل ونقل الملكية (BOT).

كما تدعو الخطة إلى تعاون إقليمي وثيق في مجال السياحة، وخاصة مع البلدان المجاورة، كالأردن، الذي يمثل سوقاً هامة، والجمهورية العربية السورية، التي تربطها بلبنان علاقات اقتصادية وثيقة.

وقد حددت الخطة المجالات ذات الأولوية التالية:

أ. تطوير الإحصاءات السياحية مما يسهل عملية المتابعة والمراقبة.
ب. تطوير خدمات النقل البري والبحري والجوي.
ج. تنمية الموارد البشرية لمواجهة الزيادة المتوقعة في الطلب على الكوادر المؤهلة.
د. ترميم المواقع الأثرية التاريخية، وخاصة في عنجر وبعلبك ومتحف بيروت الوطني وجبيل ودير القمر وصيدا وقلعة طرابلس وصور.
ه. تخفيف الأنظمة التي تحكم إقامة المنشآت السياحية كالفنادق، والأنظمة التي تسري على السفر والخدمات الأخرى ذات الصلة.

و.   تشجيع مشاركة القطاع الخاص.

والقطاع الخاص في مجال السياحة هو القطاع الرئيسي، لأن معظم المنشآت السياحية، كالفنادق والنوادي والمرافق الترفيهية والخدمات المتصلة بها، مملوكة للقطاع الخاص. كما أنه هو الذي يقوم بمعظم الاستثمارات في قطاع السياحة. ومن المتوقع أن يمول القطاع الخاص معظم المشاريع المدرجة في الخطط الرئيسية للسياحة في البلد. غير أن هذا القطاع يحتاج إلى موارد تمويلية للقيام بدور فعال باعتباره القطاع الرئيسي. ولهذا الغرض، فقد يلزم زيادة رأس مال المصرف الوطني للإنماء الصناعي والسياحي. ومن أجل تخفيض تكاليف الاستثمار وتشجيع مشاركة القطاع الخاص، تقوم الحكومة حالياً بتوفير الائتمان للمشاريع المعتمدة بأسعار فائدة تقل عن سعر السوق بنسبة 5 في المائة. غير أن الائتمان الذي يقدمه المصرف الوطني للإنماء الصناعي والسياحي محصور برأس ماله الذي يبلغ حالياً أقل من 2 مليون دولار. وهناك شرط آخر لا بد من القيام به لضمان مشاركة القطاع الخاص، وهو إكمال بناء البنية التحتية لتسهيل الوصول إلى المواقع السياحية المختلفة وإلى الخدمات الأساسية اللازمة، وخاصة شبكات الكهرباء والمياه والاتصالات.

ثانياً- الإصلاح الاقتصادي ودور القطاع السياحي

تشير البيانات المتوفرة إلى أن العدد الإجمالي للسياح الوافدين على لبنان بلغ 178 ألف سائح في عام 1992، أنظر جدول (10). وظل قطاع السياحة ينمو بصورة مطردة خلال الفترة 1993-1996؛ فقد زاد العدد الإجمالي للسياح الوافدين بنسبة 49.4 في المائة إلى حوالي 266 ألف سائح في عام 1993، وبنسبة 25.9 في المائة إلى 335 ألف سائح في عام 1994. وزاد العدد الإجمالي لهؤلاء السياح بنسبة 22.4 في المائة إلى 410 ألف في عام 1995، قبل أن ينخفض النمو إلى 2.4 في المائة فقط في عام 1996، بسبب الهجمات الإسرائيلية على جنوب لبنان وعلى ضواحي بيروت. وهذا الانخفاض الحاد في نمو قطاع السياحة يدل بوضوح على سرعة تأثره بالتطورات السياسية في المنطقة. وكنسبة مئوية من العدد الإجمالي للسياح الوافدين إلى منطقة الشرق الأوسط، كان مجموع عدد السياح الوافدين على لبنان يمثل 1.3 في المائة في عام 1995 و 1.2 في المائة في عام 1996. في مقابل 6.5 في المائة بالنسبة إلى قبرص، التي تشتمل على معالم سياحية مشابهة. وهذا يدل على أن قطاع السياحة في لبنان لا يزال في مرحلة مبكرة من التطور. ويحتاج لبنان إلى سنوات عدة قبل أن يستعيد حصته من سوق السياحة في المنطقة.

جدول (10) السياح الوافدون، وإيرادات السياحة، والناتج المحلي الإجمالي، ومجموع الصادرات، ومجموع الإيرادات الحكومية، وإيرادات السياحة، كنسب مئوية من الناتج المحلي الإجمالي ومن مجموع

الصادرات ومن مجموع الإيرادات الحكومية، 1992–1996

	1992	1993	1994	1995	1996
السياح الوافدون (بالآلاف)	178	266	335	410	420
إيرادات السياحة (بملايين الدولارات)	..	600	672	710	715
الناتج المحلي الإجمالي (بالأسعار الجارية وبملايين الدولارات)	5545	7535	9112	11122	12568
مجموع الصادرات (بملايين الدولارات)	601	686	743	985	990
مجموع الإيرادات الحكومية (بملايين الدولارات)	602	877	1238	1943	..
إيرادات السياحة كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي	..	7.9	7.4	6.4	5.7
إيرادات السياحة كنسبة مئوية من الصادرات	..	87.5	90.4	72.1	71.5
إيرادات السياحة كنسبة مئوية من مجموع الإيرادات الحكومية	..	68.4	54.3	36.5	..

المصدر: الإسكوا، استناداً إلى مصادر وطنية ودولية.

ملاحظة: (..) تعني أن البيانات غير متوفرة.

ومن حيث جنسيات السياح الوافدين، كان الأردنيون يمثلون 12.3 في المائة في عام 1995، مما يجعل الأردن، بين البلدان منفردة، أهم سوق للسياحة في لبنان. وفي عام 1995، كان توزع السياح الوافدين، حسب البلد، على النحو التالي: 38 في المائة من البلدان الأوروبية، و 37 في المائة من البلدان العربية الأخرى، و 12 في المائة من الأمريكيتين، و 7 في المائة من آسيا، و الباقي من البلدان الأخرى.

وكنتيجة للزيادة المطردة في عدد السياح الوافدين خلال الفترة 1993–1996، ارتفعت إيرادات السياحة بنسبة 42.86 في المائة في عام 1993، لتبلغ 600 مليون دولار، وبنسبة 12 في المائة في عام 1994، لتبلغ 672 مليون دولار، وبنسبة 0.7 في المائة في عام 1996، لتبلغ 710 ملايين دولار. ومثلت إيرادات السياحة في لبنان، في عام 1996، نحو 3.2 في المائة من إيرادات السياحة في الشرق الأوسط، وهذا يمثل انخفاضاً طفيفاً بالنسبة لمستواها في عام 1995، البالغ 3.7 في المائة.

وقد مثلت إيرادات السياحة في لبنان نحو 5.7 في المائة من ناتجها المحلي الإجمالي في عام 1996، مقابل 7.9 في المائة في عام 1993. وهذا أقل بكثير من حصتها قبل الحرب الأهلية، عندما كان قطاع السياحة يمثل نحو 20 في المائة من ناتجها المحلي الإجمالي، وهو دليل واضح على مدى الأضرار التي لحقت بقطاع السياحة من جراء الحرب الأهلية. ولقطاع السياحة في لبنان تأثير ذو شأن على ميزان المدفوعات وعلى الميزان الجاري. وكنسبة مئوية من صادرات البلد، مثلت إيرادات السياحة 87.5 في المائة في عام 1993، و 90.4 في المائة في عام 1994، و 72.1 في المائة في عام 1995، و 71.5 في المائة في عام 1996. وبالإضافة إلى ذلك، مولت إيرادات السياحة نحو 12.1 في المائة من واردات لبنان في عام 1993

، و 9.6 في المائة من وارداته في عام 1996. كما مولت إيرادات السياحة وتحويلات اللبنانيين في الخارج 21.2 في المائة من قيمة واردات البلد في عام 1995. ومن حيث إيرادات العملات الأجنبية، تمثل إيرادات السياحة مصدرها الثالث، بعد صادرات السلع وتحويلات اللبنانيين في الخارج.

ثالثاً– المعوقات الرئيسية

أ. إن أهم مشكلة آنية تواجه قطاع السياحة في لبنان هي النقص الكبير في البنية التحتية والخدمات ذات الصلة.

ب. ندرة الموارد المالية. لقد عبأت الحكومة الأموال المتاحة لإتمام تنفيذ خطة التعمير، وبالتالي خفضت الاعتمادات المخصصة لعدة وزارات، من بينها وزارة السياحة.

ج. ارتفاع تكاليف الاستثمار. يظهر هذا في ارتفاع أسعار الفائدة على القروض، كما يظهر في ارتفاع تكاليف اليد العاملة وارتفاع الأسعار والتضخم بوجه عام بالمقارنة مع مستواها في معظم البلدان المجاورة، الأمر الذي يحد من القدرة التنافسية لقطاع السياحة.

د. نقص في التسهيلات الائتمانية الموجهة إلى القطاع الخاص، الذي يعتبر القطاع الرئيسي في تنمية السياحة، يفتقر إلى تسهيلات ائتمانية لأن المصرف الوطني للإنماء الصناعي والسياحي لا يتوفر لديه رأس مال كاف لمواجهة الطلب على الائتمان.

ه. قصور المرافق التعليمية والتدريبية في مجالات السياحة المختلفة.

و. تعسر عملية السلام في الشرق الأوسط وآثارها السلبية على الاقتصاد والقطاع السياحي، وتكرار التهديد الإسرائيلي.

(4) الجمهورية العربية السورية

أولاً– القطاع السياحي: الخلفية العامة والتوجهات

تتمتع سوريا بإمكانيات سياحية كبيرة، نظراً لغنى تراثه الثقافي وحداثة قطاعه السياحي المتمثل في سياحة المناطق الساحلية والسياحة الترفيهية والثقافية والدينية. ومن أجل استغلال هذه الإمكانيات الضخمة، يركز على تنمية وتوسيع قطاع السياحة. وبغية تحقيق نمو سريع في هذا القطاع، حفزت الحكومة مشاركة القطاع الخاص وقدمت له مجموعة متنوعة من الحوافز لزيادة هذه المشاركة. وقطاع السياحة في طليعة القطاعات الاقتصادية التي فتح باب المشاركة فيها للقطاع الخاص ضمن إطار عملية الإصلاح الاقتصادي

الجارية. واستجابة لهذه الحوافز، قامت عدة شركات فنادق دولية، كشيراتون وميريديان، بفتح فنادق ذات خمسة نجوم في البلد . كما أقيمت عدة منشآت سياحية تابعة للقطاع المشترك.

ومن أهم الحوافز ما يلي:

أ . يُمنح المالكون والمستثمرون في الفنادق وأماكن إيواء السياح وكذلك تمنح المطاعم والنوادي الليلية وغيرها من مرافق الخدمات السياحية العاملة داخل هذه الفنادق، إعفاء من الضرائب والرسوم البلدية المفروضة على إنشاء هذه الأماكن.

ب. يُسمح للمالكين والمستثمرين استيراد ما يلزم من مواد البناء والمعدات والمركبات والأثاث لبناء وخدمة مثل هذه المشاريع، بالمستوى المطلوب، دون الخضوع لأية ضرائب أو رسوم جمركية أو رسوم ضريبية من أي نوع، شرط ألا تتجاوز قيمة هذه الواردات 50 في المائة من إجمالي تكاليف الاستثمار المقدرة.

ج. كما يُسمح لهؤلاء المستثمرين باستيراد المواد اللازمة لتجديد وترميم مؤسساتهم للحفاظ عليها، وتعفى هذه الواردات من أية ضرائب أو رسوم جمركية أو رسوم ضريبية، شرط ألا يتجاوز مبلغها السنوي 3 في المائة من الإيرادات الإجمالية للسنة السابقة.

د . يُعفى مالكو الفنادق وغيرها من أماكن إيواء السياح، وكذلك المطاعم والنوادي الليلية وما يتصل بها من مرافق الخدمات المرخصة، من جميع الضرائب المالية والرسوم المالية مهما كان نوعها أو تسميتها، لفترة سبع سنوات.

ه. إعفاءات من الضرائب على الدخل بما نسبته 50 في المائة من الدخل السنوي الصافي الخاضع للضريبة والمتأتي من الاستثمار في المنشآت السياحية.

وعلى الرغم من ذلك، فلقد كانت مشاركة القطاع الخاص دون توقعات الحكومة، ولا يزال معظم الاستثمار في قطاع السياحة في أيدي القطاع العام. ويعزي تردد القطاع الخاص في المشاركة بصورة فعالة في تنمية هذا القطاع إلى كون السياحة سريعة التأثر بالوضع السياسي في المنطقة، وتطورات عملية السلام في الشرق الأوسط.

ومن جهة أخرى، فلقد أبرمت الحكومة اتفاقات لتعزيز التعاون الإقليمي في مجال السياحة مع لبنان، كما وقعت اتفاقاً ثلاثياً مع الأردن ولبنان، والتعاون وثيق بين البلدان الثلاثة في مجال السياحة. وبالنسبة لسوريا فإن السياح القادمون من الأردن ولبنان يمثلون أكبر عدد من السياح الوافدين إليها .

اشتملت الخطة السياحية الأولى لسوريا عن الفترة 1975–2000، على الأهداف التالية: تجهيز 84 ألف سرير في الفنادق مع نهاية عام 2000 و 18 ألف سرير في القرى السياحية و 306 ألف سرير في المخيمات و 88 ألف سرير في الشقق المفروشة و تحقيق 5 ملايين سائح بنهاية عام 2000 وتحقيق 22 مليون ليلة سياحية بحلول عام 2000 و خلق 120 ألف فرصة عمل في قطاع السياحة بحلول عام 2000.

ولقد شجعت الحكومة مشاركة القطاع الخاص، وأصدر التشريعات التي تمنح مجموعة واسعة من الإعفاءات من الضرائب والرسوم الأخرى لتشجيع الاستثمار في المنشآت السياحية.

وقد تخلف التنفيذ الفعلي لخطة السياحة الوطنية للفترة 1975–2000 عن الأهداف المعلنة. فالبيانات المتوفرة بالنسبة لعام 1996 تشير إلى أن عدد السياح الوافدين بلغ 2.4 مليون في تلك السنة. وبحلول عام 1996، بلغ العدد الإجمالي للأسرة في الفنادق 32 ألف في حين لم يتجاوز عددها في الموتيلات 120، ولم يتم بناء أي قرى سياحية، والفئة الوحيدة التي تجاوز فيها التنفيذ الفعلي هدف الخطة هي فئة الشقق المفروشة؛ والتي بلغ عددها حوالي 100 ألف شقة. وربما يرجع ذلك إلى أن معظم السياح الوافدين من بلدان مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وخاصة ذوو الأسرة الكبيرة، يفضلون الإقامة في شقق مفروشة، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على هذا النوع من السكن.

ومن جهة أخرى، فلقد نجحت الحكومة السورية في توسيع شبكة الطرق. وكذلك ارتفع عدد المطارات إلى ثلاثة: اثنان منها يعملان طوال السنة، في حين لا يعمل المطار الثالث، وهو في اللاذقية، إلا في فصل الصيف.

ثانياً– الإصلاح الاقتصادي ودور القطاع السياحي

بلغ العدد الإجمالي للسياح الوافدين إلى سوريا 2.44 مليون سائح في عام 1996، أي أنه زاد بنسبة 69.4 في المائة عن مستواه في عام 1990، البالغ 1.44 مليون سائح. وقد بلغ متوسط الزيادة السنوية في عدد السياح الوافدين حوالي 9 في المائة خلال الفترة 1990–1996. ومن حيث الجنسيات، يمثل العرب الآتون من بلدان أخرى أعلى نسبة من السياح الوافدين. وفي عام 1994، كان 48 في المائة من السياح من البلدان العربية، و 21.2 في المائة من أوروبا، و 7.6 في المائة من جمهورية إيران الإسلامية، و 7 في المائة من الاتحاد السوفيتي السابق، و 1.4 في المائة فقط من الولايات المتحدة الأمريكية.

ومثل العدد الإجمالي للسياح الوافدين إلى سوريا في عام 1996 حوالي 7.1 في المائة من العدد الإجمالي للسياح الوافدين إلى الشرق الأوسط، مما يضع سوريا في المرتبة السابعة فيما يتعلق بالسياح الوافدين إلى منطقة الشرق الأوسط وذلك بعد تركيا (7935 ملايين سائح)، ومصر (3.9 ملايين)، وتونس (3.884 ملايين)، والسعودية (3.458 ملايين)، والمغرب (2.701 مليون)، والبحرين (2.669 مليون) .

ولقد مثلت إيرادات السياحة في سوريا ثاني مصدر للعملات الأجنبية بعد عائدات الصادرات النفطية. وقد زادت هذه الإيرادات بسرعة خلال السنوات السبع الأخيرة، تدفعها الزيادة في تدفق السياح إليها، وتضاعفت بين عام 1990 و 1992: من 300 مليون دولار إلى 600 مليون دولار ، وتجاوزت ضعفها بين عامي 1992 و 1995، فبلغت 1.325 مليون دولار، وفي عام 1996، شهدت هذه الإيرادات زيادة أخرى وبلغت 1.478 مليون دولار، أي ما يمثل معدل نمو بنسبة 11.5 في المائة قياساً بعام 1995 . ووصل متوسط معدل النمو السنوي الذي تحقق خلال الفترة 1990–1996 إلى 31.3 في المائة، مما جعل هذا القطاع أسرع قطاعات الاقتصاد نمواً، متجاوزاً معدل نمو قطاع النفط، أنظر جدول (11) .

وزادت أيضاً مساهمة إيرادات السياحة في التجارة الخارجية السورية خلال الفترة 1990–1996 . كما زادت هذه الإيرادات، كنسبة من مجموع صادرات البلد، من 7.1 في المائة في عام 1990 إلى ما يُقدر بـ 29.2 في المائة في عام 1996 .

جدول (11) الناتج المحلي الإجمالي، ومجموع الصادرات، ومجموع الواردات، والميزان التجاري، وإيرادات السياحة، كنسب مئوية من الناتج المحلي الإجمالي، ومجموع الصادرات، ومجموع الواردات، والإيرادات السياحية في الشرق الأوسط، 1990–1996

1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990	
18840	16614	15225	13764	13150	12508	13896	الناتج المحلي الإجمالي (بملايين الدولارات وبالأسعار الجارية)
5053	4456	3547	3274	3083	3432	4218	مجموع الصادرات (بملايين الدولارات)
5040	4800	5486	4300	3490	2768	2401	مجموع الواردات (بملايين الدولارات)
–	170	860–	322–	159	1084	2094	الميزان التجاري (بملايين الدولارات)
1478	1325	860	730	600	410	300	إيرادات السياحة (بملايين الدولارات)
7.8	7.9	5.7	5.3	4.6	3.3	2.2	إيرادات السياحة كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي
29.2	29.7	24.2	22.3	19.5	11.9	7.1	إيرادات السياحة كنسبة من مجموع الصادرات
29.3	27.6	17.7	17.0	17.2	14.8	12.5	إيرادات السياحة كنسبة من مجموع الواردات
17.9	18.4	15.8	15.1	11.1	9.6	5.8	إيرادات السياحة كنسبة من إيرادات السياحة في الشرق

الأوسط							

المصدر: الإسكوا، استناداً إلى مصادر وطنية ودولية.

من أجل تكوين الكوادر البشرية التي يحتاجها القطاع، أنشأت الحكومة السورية أول مركز للتدريب في عام 1977، بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. وتخرج الفوج الأول من هذا المركز في عام 1979. وفي عام 1988، أنشأت الحكومة ثلاثة معاهد للتعليم والتدريب الفندقي والإدارة الفندقية، وبحلول نهاية عام 1996 بلغ مجموع المعاهد والمدارس الفندقية 10. ومع ذلك فقد يتبين أن هذا العدد من المدارس والمعاهد لا يكفي لتوفير العدد اللازم من الموظفين المؤهلين لمواجهة الزيادة المتوقعة في الطلب التي سترافق التوسع في قطاع السياحة. وإضافة إلى ذلك، هناك حاجة إلى معهد عالٍ للتدريب والتعليم يمنح درجات جامعية في الإدارة الفندقية، لأن معاهد التعليم والتدريب القائمة حالياً لا تمنح سوى شهادات دراسة ثانوية.

ثالثاً– المعوقات الرئيسية

أ. محدودية الموارد المالية العامة الموجهة للقطاع السياحي.

ب. عدم كفاية البنية التحتية.

ج. عدم كفاية الموارد الموجهة للتسويق والترويج للخدمات السياحية.

د. النقص في الكوادر البشرية.

ه. المنافسة الشديدة من البلدان المجاورة داخل المنطقة وخارجها. وهذا عامل رئيسي يمكن أن يحد من نمو القطاع السياحي ليس في سوريا فحسب، بل كذلك في بلدان أخرى من المنطقة.

و. تعسر عملية السلام في الشرق الأوسط.

(5) دولة البحرين

أولاً– القطاع السياحي: الخلفية العامة والتوجهات

يعتمد اقتصاد البحرين كغيره من دول مجلس التعاون بشكل كبير على قطاع النفط. وعلى الرغم من أن موارد النفط والغاز في البلد قليلة نسبياً مقارنة ببلدان أخرى في مجلس التعاون الخليجي (20 في المائة)، فإن قطاع النفط مازال يساهم مساهمة كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي. وقد بذلت البحرين جهوداً كبيرة لتنمية الأعمال المصرفية الأجنبية، التي تشكل، مع الخدمات المالية، مصدراً رئيسياً للدخل القومي. والبحرين هي المركز المالي البارز في الخليج، إذ أن فيها أكثر من 60 مصرفاً خارجياً. ومنذ عشرة سنوات فقط توجهت

البحرين إلى تطوير صناعتها السياحية باجتذاب زائرين نهاية الأسبوع من السعودية. وقد أعطى هذا التوجه ثماراً وفيرة، إذ أن السياحة الوافدة من السعودية ارتفعت بشكل ملحوظ.

ولقد ركزت البحرين في تطوير سياحتها على اجتذاب السياح من بلدان مجلس التعاون الخليجي، وخصوصاً من السعودية. وفي عام 1996، مثل مواطنو بلدان مجلس التعاون الخليجي، ومعظمهم من السعودية، 1.6 مليون من 2.7 مليون من السياح الذين زاروا الجزيرة. وكان معظمها من نوع سياحة العطلات وإجازة نهاية الأسبوع.

ولقد بدأت البحرين، في عام 1997، عملية ترويجية وتسويقية كبيرة في الخليج أنفق خلالها مليون دولار ذلك العام استهدفت السائح في السعودية والكويت. وتشارك البحرين في 10 مهرجانات سياحية دولية. وقد مثلت لأول مرة في معرض برلين للسفر في 1997، وهي تتوقع اجتذاب السياح الدوليين وفقاً للترتيب التالي: من أوروبا ثم الشرق الأقصى ثم الولايات المتحدة الأمريكية.

ثانياً– الإصلاح الاقتصادي ودور القطاع السياحي

نجحت البحرين في تحقيق الحفاظ على معدل نمو مرتفع في قطاع السياحة لديها في السنوات القليلة الأخيرة. إلا أن الأهمية النسبية لهذا القطاع ضمن الاقتصاد مازالت متواضعة. فقد تراوحت حصة عائدات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للبلد بين 3.4 في المائة في عام 1990 و 5.7 في المائة في عام 1995، قبل أن تنخفض إلى 5.6 في المائة في عام 1996.

ومن حيث قيمة الصادرات الإجمالية للبحرين، قدّر أن حصة عائدات السياحة ارتفعت من 3.6 في المائة في عام 1990 إلى 8.7 في المائة في عام 1994، قبل أن تنخفض إلى 8 في المائة في عام 1995. وعلى الرغم من أن أثر السياحة في الاقتصاد بقي محدوداً، زاد هذا الأثر كثيراً خلال السنوات القليلة الماضية، بدفعه النمو السريع الذي حققه القطاع، خصوصاً من حيث عدد السياح الوافدين.

وتوظّف صناعة الفنادق في البحرين، حالياً ما يقارب من 4 آلاف عامل و 19.7 في المائة تقريباً من الأيدي العاملة تشتغل في السياحة والأنشطة المتصلة بها. ومع أن هناك نقصاً في الأيدي العاملة، كما هي الحال في بقية بلدان مجلس التعاون الخليجي، فإن 50 في المائة فقط من الأيدي العاملة في السياحة من البحرينيين.

(6) سلطنة عُمان

أولاً– القطاع السياحي: الخلفية العامة والتوجهات

كبقية دول الخليج، فإن صناعة النفط والغاز هي المورد الأساسي في الاقتصاد العُماني. وقد أحدثت اكتشافات إضافية، حُققت في أواخر الثمانينات وأوائل التسعينات، تحسناً كبيراً في الآفاق الاقتصادية للسلطنة في حين تمثل الزراعة والنشاطات المتصلة بها كالرعي أقل من 3 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي.

وتوفر السياحة في عُمان فرصة مثالية لتطوير قطاع يمكن أن يجلب عائدات من البلدان الغنية المجاورة. وتختلف عُمان، في جغرافيتها، عن الطبيعة الصحراوية لباقي شبه الجزيرة العربية. ففيها منتجعات جبلية يمكن أن تكون جذابة جداً للسياح الوافدين من بلدان مجلس التعاون الخليجي خلال كل المواسم، ولكن خصوصاً في فترات الصيف الحارة والجافة. وللمواقع التاريخية أهمية خاصة للسكان العرب في بلدان مجلس التعاون الخليجي.

فلقد بلغ عدد الفنادق 36، ونصفها تقريباً يتجاوز درجة 3 نجوم. وتوجد أغلبية الفنادق في منطقة العاصمة، وهذا يشير إلى أنها موجهة أولاً وبالذات إلى أصحاب الأعمال. وهناك حوالي 10 فنادق فقط في الجزء الداخلي من البلد. فصلاله، التي تبشّر بأن تكون موقعاً سياحياً رئيسياً، ليس فيها بعد سوى ثلاثة فنادق، وستكون هناك حاجة ملحة لزيادة هذه القدرة إذا اتجه إليها السياح من بلدان مجلس التعاون الخليجي. وتتوقع عُمان أن يكون هناك، بحلول عام 2005، عدد من الفنادق الإضافية يبلغ 13، مما يرفع القدرة إلى 6 آلاف غرفة. وفيما يتعلق بمنظمي الجولات، يوجد 36 مكتباً. والجزء الرئيسي من أعمال هذه المكاتب موجه إلى الخارج بينما توجد في صلاله ثمانية مكاتب لتنظيم الجولات، ومعظمها يعمل في مجال السياحة الوافدة.

في عام 1989، وضعت حكومة سلطنة عُمان، بالتعاون مع منظمة السياحة العالمية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، خططاً رئيسية لخمسة عشر عاماً تغطي الفترة 1990–2005. وقد توقعت الخطة أن تجتذب عُمان حوالي 100 ألف سائح في السنة بحلول عام 2005. إلا أنه يبدو أن هذه الخطة كانت متحفظة نوعاً ما، في الفترة 1995–1996. حيث تفيد البيانات المتوفرة بأن أعداد السائحين تجاوزت أضعاف هذا الرقم خلال الفترة 1990–1996.

ثانياً– الإصلاح الاقتصادي ودور القطاع السياحي

ارتفع عدد السياح القادمين إلى عُمان ارتفاعاً حاداً خلال الفترة 1990–1996. فقد زاد اجماليه من 149 ألف في عام 1990 إلى 435 ألف في عام 1996، مما حقق معدل نمو سنوياً قدّر بنسبة 22 في

المائة. إلا أنه، على الرغم من هذا النمو القوي، تلعب السياحة دوراً صغيراً جداً في الاقتصاد العُماني. وإيرادات السياحة، التي ارتفعت من 69 مليون دولار في عام 1990 إلى 99 مليون دولار في عام 1996، تبقى متواضعة في أفضل الحالات، وتظل حصتها، كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي لعُمان، دون 1 في المائة، في حين أن حصتها كنسبة من إجمالي الصادرات بلغت حوالي 1.6 في المائة في عام 1995. ومن المتوقع أن تواصل إيرادات السياحة في عُمان اتجاه نموها السريع في السنوات القادمة، مدفوعة بازدياد تدفق السياح. وسيستفيد القطاع السياحي من الأولوية العالية للسياحة في الخطة الإنمائية للبلد، وسيستفيد أيضاً من سياسات الإصلاح الاقتصادي الجارية التي تنفذ في البلد، بما في ذلك التحرير الاقتصادي وإزالة القيود والخصخصة.

(7) دولة الإمارات العربية المتحدة

أولاً- القطاع السياحي: الخلفية العامة والتوجهات

قبل حرب الخليج، لم تكن هناك صناعة سياحية رسمية في الإمارات، بمعنى أنه نادراً ما اقترحت الإمارات كمكان لقضاء العطل من قبل وكالات السفر في الخارج. ومعظم المسافرين إلى الإمارات يأتون إلى البلد بسبب الأعمال أو للعبور أو لزيارة معارفهم. وقد يفسر هذا قلة الإحصاءات الرسمية عن عدد السياح الذين وفدوا إلى البلد خلال الفترات السابقة لأوائل التسعينات.

وتتمتع الإمارات، بفضل سياحة الأعمال، بطاقات كافية فريدة لأنها أصبحت، منذ نهاية حرب الخليج، في عام 1991، هي القاعدة الإقليمية المفضلة لدى الشركات الدولية. ويفتح هذا سوقاً ذا إمكانيات هائلة إذا ما عقدت هذه الشركات مؤتمراتها الإقليمية والدولية في الإمارات، على أن تكون هناك مرافق كافية لهذه الأغراض. كما أن الإمارات تتمتع بميزة طبيعية من حيث أنها تأوي مركزاً مزدهراً للتجارة بالتجزئة في المنطقة فضلاً عن أن القيود والضرائب الجمركية هي في حدودها الدنيا. وفي الآن نفسه، تحتل دبي مرتبة رائدة من حيث أنها أبرز ميناء ومدينة تجارية في الخليج، والأسعار المعروضة في دبي لتجار التجزئة والجملة هي الأدنى في جميع أنحاء الخليج، مما يعطيها حصة ضخمة في غرف الفنادق في الخليج.

وفي الفترة الأخيرة نشأ طلب هائل على سياحة التسوق خصوصاً خلال شهر مارس وهو شهر مهرجان التسوق في مدينة دبي. ولقد أزيلت أيضاً قيود الحصول على تأشيرة سياحية وسهل الحصول عليها في الموانئ الجوية والبحرية والبرية.

تعتبر سياحة العطل ونهاية الأسبوع إمكانية كبيرة في الإمارات بسبب مناخ الشتاء الدافئ وبسبب وضعها كمركز تجاري كبير في المنطقة. ومن أجل ذلك فلقد أقامت الإمارات وبنجاح كبير خطوطاً جوية تحت اسم خطوط الإمارات، كجزء من جهود البلد ليصبح وجهة سياحية كبيرة. وقد جعلت إمكانية السفر بسهولة وبكثرة في إطار التسويق والترويج بزيارة دولة الإمارات، بوصفها وجهة لقضاء العطل، أسهل بكثير بالنسبة لسياحة الترفيه. وتؤدي خطوط الإمارات دوراً كبيراً لاجتذاب السياح لقضاء العطل في دولة الإمارات من خلال الجهود المنسقة للحكومة ووكالات السفر السياحية في الخارج، كما أنها تعرض اتفاقات إجمالية تتعلق بخدمات السفر إلى دولة الإمارات.

ويوجد في دولة الإمارات ستة مطارات دولية. وأكثر من 300 فندق يقدر أنها تحوي على أكثر من 14 ألف غرفة. وتبلغ نسبة إشغال الغرف حوالي 73.1 في المائة. ويقدر أيضاً أن عائدات الفنادق بلغت 2.7 مليار درهم إماراتي في عام 1996. ويقدر أن عدد النازلين بالفنادق تجاوز 2 مليون في نفس العام.

ثانياً– الإصلاح الاقتصادي ودور القطاع السياحي

ارتفع عدد السياح الوافدين إلى دولة الإمارات من 633 ألف سائح في عام 1990 إلى حوالي 1.8 مليون سائح في عام 1996، محققاً ذلك معدل نمو متوسط سنوي بنسبة 18.9 في المائة خلال هذه الفترة. ويشير توزع السياح الوافدين إلى أنه، في عام 1996، كان 33 في المائة من السياح من أوروبا، و 28.2 في المائة من بلدان أخرى من مجلس التعاون الخليجي، و 26.1 في المائة من آسيا وأفريقيا، و 8.6 في المائة من بلدان عربية أخرى، و 3.6 في المائة من الأمريكيتين، و 0.5 في المائة فقط من استراليا ونيوزلندا.

لا تنشر دولة الإمارات أرقاماً عن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي. بالإضافة إلى ضخامة حجم الصادرات النفطية لدولة الإمارات، تكون عائدات السياحة، كنسبة من إجمالي صادرات البلد، صغيرة للغاية (مقدرة بنسبة 4-5 في المائة). ولعل من الأنسب، كما هي العادة في منطقة مجلس التعاون الخليجي، أن تحسب عائدات السياحة كنسبة من الصادرات غير النفطية، إذ أن بلدان هذه المنطقة تركز على تطوير مصادر لدخلها مستقلة عن النفط. وكنسبة من العائدات غير النفطية، تقدر العائدات السياحية لدولة الإمارات بحوالي 17-18 في المائة، وهذا يظهر أهمية تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الإماراتي. أما من ناحية العمالة، فإنه يقدر عدد العاملين في الفنادق في دولة الإمارات بحوالي 20 ألف عامل معظمهم من العمالة الآسيوية الوافدة.

(8) المملكة العربية السعودية

تتمتع المملكة العربية السعودية بمساحة جغرافية واسعة وموارد طبيعية كبيرة، كما أن لديها ربع الاحتياطي العالمي من النفط الخام. لذلك فإن القطاع النفطي يشكل القطاع الرئيسي للدخل في الاقتصاد. فحين تمثل السياحة الدينية مدخل رئيسي وهام للتجارة والاقتصاد وذلك لزيارة الأماكن المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة. فلقد دلت البيانات على التزايد المطرد في أعداد الحجاج والمعتمرين للأماكن المقدسة بحيث بلغ في عام 1996 حوالي 3.4 مليون حاج ومعتمر.

وتتمتع أيضاً السعودية بواحدة من أكبر شبكات الطرق والكبرى في منطقة الشرق الأوسط وبها بنية تحتية من مطارات حديثة وموانئ بحرية ذات تجهيزات عالية لاستقبال الحجيج والبضائع المختلفة. ولم تتوفر بيانات عن مساهمة قطاع السياحة الدينية في الاقتصاد القومي للملكة العربية السعودية أو عن أعداد العاملين فيه.

(9) دولة الكويت

تتمتع دولة الكويت، كبقية بلدان الخليج الأخرى، بشواطئ طويلة وممتدة ولكنها لم تعتبر وجهة سياحية في المنطقة، بل على العكس فإن معظم السكان المحليين والمقيمين يتوجهون إلى الدول المجاورة ودول الشرق الأوسط الأخرى للسياحة خصوصاً في أوقات العطلات. ولقد أظهرت دولة الكويت خلال الثلاث أعوام الأخيرة رغبة أكيدة في تغير هذا النمط. فلقد استحدثت شهر التسوق المعروف بـ "هلا فبراير". ومن أجل ذلك، فلقد خففت وسهلت في الفترة الأخيرة من قوانينها المتصلة بالحصول على تأشيرات الدخول إلى الكويت، وهذا كان أهم المعوقات لتنشيط حركة السياحة من الخارج إلى الداخل.

ومازال دور الدولة محوري وأساسي في أي نشاط من شأنه تسويق وترويج الكويت كوجهة سياحية ومازال هناك نقص في عدد الفنادق والغرف الفندقية ذات المستوى والنوعية المرموقة. والكويت كمثلها من الدول الخليجية الأخرى تعتمد اعتماداً أساسياً على العمالة الوافدة خصوصاً من آسيا في تلبية حاجة هذا القطاع من العمالة. وأمام هذا القطاع في الكويت مجال كبير للتوسع والتنمية.

(10) دولة قطر

يعتمد الاقتصاد القطري كغيره من دول مجلس التعاون على صناعة النفط والغاز كمورد رئيسي للدخل وفي تكوين الناتج المحلي الإجمالي. ولقد بذلت دولة قطر جهوداً كبيرة للنهوض بمستوى المعيشة للمواطن القطري وتنمية القطاعات الرئيسية للاقتصاد كالقطاع المالي والمصرفي والقطاع الصناعي. ونظراً لمحدودية احتياطاتها من النفط وكبر احتياطها من الغاز الطبيعي، فهي تعتبر عالمياً رائدة في مجال استغلال ثرواتها من الغاز الطبيعي في نطاق بحثها في مصادر بديلة للدخل.

ومنذ فترة من الزمن، فلقد قررت قطر تطوير قطاع السياحة باجتذاب السياح من بلدان مجلس التعاون الخليجي ومن الدول الغربية. وفي هذا الإطار فلقد أقامت المسابقات الرياضية العالمية مثل بطولة قطر العالمية للتنس الأرضي للرجال والنساء وبطولة قطر العالمية للاسكواش وتنس الطاولة التي تعتبر من أكبر المسابقات ذات الطابع العالمي في منطقة الشرق الأوسط.

ومازال دور الدولة رئيسي ومحوري في توجه النشاط في القطاع السياحي، ويعاني القطاع من نقص في عدد الفنادق وعدد الغرف ويعتمد أيضاً اعتماداً رئيسي على العمالة الوافدة في إدارته وتشغيله. ومن المحتمل

أن يبقى القطاع السياحي في قطر صغيراً نسبياً ضمن الاقتصاد نظراً للتنافس الشديد من مدينة دبي في دولة الإمارات من ناحية ودولة البحرين من الناحية الأخرى.

(11) الجمهورية التونسية

تعتبر تونس من أهم بلدان منطقة الشرق الأوسط في مجال السياحة وأحد البلدان السياحية الرئيسية في حوض البحر المتوسط. وهي تجتذب عادة أنواع مختلفة من السياح من جميع أنحاء العالم. فلقد اشتهرت بشواطئها الجميلة وبمواقعها السياحية التقليدية كالقيروان وصفاقس وجرجيس وزغوان. كما نوعت قطاع السياحة لديها ليشمل أنشطة من قبيل الرياضة المائية وسياحة الترفيه والسياحة الصحية وسياحة المؤتمرات والتدريب بالإضافة إلى السياحة الثقافية في جميع فصول السنة.

ولقد تزايد الاهتمام الحكومي بقطاع السياحة خلال العقدين الماضيين، حيث شرعت الدولة في خطة لتنمية القطاع السياحي هدفت أولاً إلى توفير البنية التحتية اللازمة وتطوير المرافق السياحية وإمدادها بالكوادر البشرية.

ولقد استطاعت تونس من أن تدعم مكانتها في أسواق الشرق الأوسط وذلك على الرغم من المنافسة المتزايدة والحادة من المملكة المغربية من ناحية وجمهورية مصر العربية من ناحية أخرى. فلقد ازداد عدد السياح القادمين إلى تونس في عام 1999 بنسبة 2.5 في المائة تقريباً عن عام 1998. وقد جاءت تونس في المرتبة الثانية بين الدول العربية بحوالي 4 مليون سائح في عام 1999 بعد مصر (4.1 مليون). وهو ما أدى إلى ارتفاع عدد الليالي السياحية بنسبة 14 في المائة وزادت عائدات السياحة بحوالي 14.1 في المائة لتصل إلى حوالي 2 بليون دينار تونسي في عام 1999. ونمت مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لتصل إلى حوالي 4.5 في المائة في عام 1999 مقابل 4.2 في المائة في عام 1998.

ومن ناحية أخرى، فلقد ارتفعت قدرة الفنادق الايوائية الإجمالية لتصل إلى حوالي 192 ألف سرير في عام 1999 موزعة على 722 فندق سياحي.

ولقد خصص جزء كبير من الاستثمارات في هذا القطاع لصيانة وتجديد الفنادق وإنشاء وتطوير البنية التحتية اللازمة لهذا القطاع. ولقد تم في عام 1999 خلق حوالي 30 ألف وظيفة جديدة ليبلغ العدد الإجمالي للعاملين في القطاع حوالي 77 ألف تونسي.

أما بالنسبة لنوعية السياح القادمين، فلقد سجل عدد السياح القادمين في أوروبا الغربية نمو ملحوظ بلغ حوالي 15 في المائة في حين سجل السياح القادمين من أمريكا الشمالية انخفاض طفيف بحوالي 3 في المائة، أما السياح من الشرق الأوسط فقد تراجع عددهم أيضاً بنسبة 29 في المائة. في حين سجل السياح الوافدين من اليابان قفزة مهمة بلغت نسبتها حوالي 37 في المائة لتبلغ عدد الليالي السياحية حوالي 35 مليون ليلة. ويظهر الجدول (12) أهم التطورات في القطاع السياحي التونسي.

جدول (12) أهم المؤشرات السياحية*

	الوحدة	1997	1998	1999	التغيرات (%)	
					1997/ 1998	1998/ 1999
نسبة مساهمة القطاع في GDP	%	4.2	4.2	4.4	مماثل	+4.7
قيمة الاستثمارات	مليون دينار تونسي	353.3	307.0	324.7	13.1	5.7
– الحصة من تكوين رأس المال الثابت	%	6.8	8.0	5.0	17.6	-37.5
طاقة الاستيعاب المتوفرة	ألف سرير	178.2	184.6	191.9	3.6	3.9
طاقة الاستيعاب المستغلة	ألف سرير	154.8	161.5	171.1	4.0	5.9
دخول السياح	ألف شخص	4263	4717	4831	10.7	2.4
ليالي سياحية	ألف وحدة	29760	30981	35319	4	15
معدل الإقامات للسائح الواحد	يوم	6.5	6.1	6.9	-6.1	13
إجمالي الإيرادات من السياحة	مليون دينار تونسي	15653	17128	19543	9.4	14.1
المتوسط للسائح	دينار تونسي	56.5	59.5	59.0	5.3	-6.8

المصدر: الديوان الوطني للسياحة التونسية ووزارة التنمية الاقتصادية والبنك المركزي التونسي.

* البيانات حصلنا عليها مباشرة من سفارة الجمهورية التونسية في دولة الكويت.

وتتمثل أهم المعوقات التي تواجه القطاع السياحي التونسي في:

1. نقص البنية التحتية الأساسية من مرافق عامة وغيرها .
2. نقص في الكوادر البشرية المؤهلة على الرغم من وجود معاهد ومدارس سياحية فإن هناك حاجة إلى رفع مستوى مراكز التدريب المتوفرة وتوسيع طاقتها الاستيعابية لتلبية الاحتياجات المتزايدة على الموارد البشرية المؤهلة.
3. نقص في الإنفاق العام والاستثمار في القطاع السياحي خصوصاً في مجال التسويق والترويج السياحي بمشاركة القطاع الخاص.
4. تأثرها كغيرها من الدول العربية الأخرى بالأحداث السياسية في منطقة الشرق الأوسط .

(12) المملكة المغربية

يعتبر القطاع السياحي المغربي غير متطور نسبياً بالمقارنة مع البلدان الأخرى في المنطقة مثل تونس ومصر. وهذا عامل رئيسي وراء الجهود الكبيرة التي تبذلها الحكومة حالياً بغية التعجيل بتنمية القطاع حتى يصبح المغرب قادراً على منافسة البلدان السياحية الرئيسية في المنطقة.

ومن العوامل التي تساعد على اجتذاب المغرب للسياحة الإقليمية موقعه الجغرافي وقربه من بلدان أوروبا الغربية وطبيعته الجبلية الخلابة وامتداد شواطئه على البحر المتوسط والمحيط الأطلسي بالإضافة إلى الزخم التراثي والثقافي الإسلامي الكبير.

وتعتبر السياحة ثاني أهم قطاع استراتيجي حيث أنه أصبح المصدر الأول للنقد من العملة الأجنبية يليه الصادرات من الفوسفات وتحويلات المغاربة العاملين في الخارج. ولقد حقق هذا القطاع إيرادات بلغت حوالي 1.8 بليون دولار أمريكي في عام 1999، في حين بلغ عدد السياح الأجانب حوالي 2.6 مليون سائح في نفس العام محققاً بذلك ارتفاعاً يقارب حوالي 21 في المائة. واستطاع المغرب في عام 1999 أن يحتل المرتبة 38 عالمياً، ويعزى هذا التحسن إلى السماح بدخول الشركات السياحية الكبرى في سوق السياحة المغربية وخطة الحكومة الرامية إلى زيادة الطاقة الاستيعابية بحوالي 50 ألف غرفة جديدة من أجل الوصول إلى استقطاب حوالي 10 مليون سائح بحلول عام 2010. ولقد خططت الحكومة من أجل إنفاق حوالي 7.8 بليون دولار من أجل إنشاء وتطوير البنية التحتية اللازمة وتوسيع الطاقة الاستيعابية الايوائية للفنادق. ومن ناحية أخرى، فلقد دعت الحكومة المغربية عدد من الشركات العالمية لطرح استثمارات سياحية في المغرب منها

مجموعة البركة السعودية التي تنوي استثمار 500 مليون دولار في مشاريع سياحية متنوعة وشركات عالمية أخرى التزمت بحوالي 200 مليون دولار أخرى.

ولقد حقق القطاع السياحي المغربي خلال عام 1999 تحسناً ملحوظاً بالفعل. ولقد شكل السياح الأوروبيين الأغلبية حيث مثلوا حوالي 73 في المائة من جملة السائحين، كان معظمهم من الفرنسيين والإنجليز ثم الإيطاليين والأسبان والألمان. ومن ناحية أخرى، فلقد زاد عدد السياح من أمريكا الشمالية زيادة كبيرة أيضاً لتصل نسبتهم حوالي 15 في المائة من جملة السائحين القادمين للمغرب.

ولقد بلغت عدد الليالي السياحية التي سجلت عام 1999 ما يقارب 11 مليون ليلة مسجلاً بذلك زيادة نسبتها حوالي 12 في المائة من عام 1998. وبالإضافة إلى ذلك، فلقد زادت متوسط مدة الإقامة للسائح من 7.6 ليلة سياحية في عام 1998 إلى 10 ليالي سياحية في عام 1999. في حين وصل عدد الفنادق 568، فقد توفر طاقة إيوائية بلغت حوالي 94 ألف سرير (سفارة المملكة المغربية، 2001).

وتتمثل أهم معوقات تنمية القطاع السياحي المغربي في التالي:

1. النقص الكبير في البنية التحتية والمرافق العامة من شبكات كهرباء وماء وشبكات الطرق.
2. قلة المرافق التعليمية والتدريبية، فعدد ونوعية المدارس التي تقوم بتدريب الكوادر السياحية غير كافي لمواجهة الطلب المتزايد.
3. الأموال العامة المخصصة للترويج والتسويق للمعالم السياحية المغربية في الخارج غير كافية.

5- بعض النتائج والتوجهات المستقبلية

تتمتع الأقطار العربية بقدرات سياحية كامنة هائلة، ولدى العديد من الأقطار العربية خصوصاً النفطية منها قدرات استثمارية كبيرة. فلقد أتم معظم تلك الدول بنيتها التحتية من شبكات طرق مطارات وموانئ حديثة وشبكات كهرباء وماء ومدارس ومستشفيات وغيرها. وعلى ما يبدو أنه أجدى للنشاط السياحي العربي أن يركز على تسويق وترويج خدمات هذا القطاع المتصلة بسياحة العطل، حيث أن سياحة التسوق محدودة الإمكانيات ولا يمكن أن تزدهر إلا في وجود تجارة جملة كبيرة وغياب القيود والرسوم الجمركية. ودولة الإمارات العربية المتحدة تكاد تكون هي البلد العربي الوحيد الذي لديه إمكانية اجتذاب المتسوقين. وقطاع سياحة الأعمال هو الآخر محدود ويمثل جزء ضئيل من السياحة العربية.

وبهذا، يصبح من الأهمية بمكان أن تبذل الجهود لتشجيع وترويج سياحة العطل في الأقطار العربية ومن أجل ذلك فإن هناك حاجة أيضاً إلى خلق المناخ المناسب من أجل اجتذاب الاستثمار العربي والأجنبي المباشر في القطاع السياحي من ناحية وتحفيز القطاع الخاص لكي يكون له دور أكبر في تنمية وتطوير القطاع السياحي العربي من ناحية أخرى.

ويشكل النقص الواضح في الكوادر البشرية العربية المؤهلة عائقاً خطيراً لنمو القطاع السياحي، حيث أن هذا القطاع معروف بكثافة استخدامه للأيدي العاملة. وتشغل هذا القطاع في معظم الأقطار العربية حالياً الأيدي العاملة الأجنبية والتي تتراوح بين 100 في المائة تقريباً في دولة الإمارات وقطر والكويت إلى 70 في المائة في عُمان. ومع النمو والتوسع المتوقع لنشاط القطاع السياحي العربي فإن ذلك سوف يتطلب المزيد من الأيدي العاملة العربية المدربة. بالإضافة إلى أن هناك أيضاً قصور النشاط التسويقي والترويجي الذي يضع الأقطار العربية على خريطة العالم السياحية مثل تنظيم أحداث عالمية مثل مباريات الدورات الأولمبية والإقليمية والكؤوس العالمية للألعاب الرياضية المختلفة فضلاً عن المهرجانات العالمية للأفلام والمسارح وغيرها من المجالات الثقافية. وهذه المناسبات من شأنها أن تدعم وتوفر الدعاية والإعلان اللازمين للترويج وتسويق المنطقة العربية سواء للسائح العربي أو الأجنبي.

وأخيراً، سيظل قطاع السياحة في الأقطار العربية عرضة للتأثر بالتطورات السائدة في المنطقة ولاسيما عملية السلام في الشرق الأوسط. وسيظل غياب السلام العادل والشامل عائقاً أساسياً أمام حدوث تنمية حقيقية لهذا القطاع الحيوي في الوطن العربي.

المراجع

مسح للتطورات الاقتصادية والاجتماعية في منطقة الاسكوا، 1996-1997. الجزء الثاني "السياحة واقتصادات بلدان الاسكوا. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا. الأمم المتحدة. نيويورك. 1998.

مجلة الاقتصاد والأعمال، عدد خاص، إبريل 1997، ص 21، 24.

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا- الاسكوا، 1999.

وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة لتنمية السياحة، السياحة في أرقام، القاهرة، 1997.

وزارة السياحة المصرية، إدارة التخطيط، القاهرة، 1997.

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا- الاسكوا ، استناداً إلى مصادر وطنية ودولية.

وزارة السياحة، دائرة الإحصاءات العامة، عمان، الأردن، 1997.

مصرف لبنان، التقرير السنوي، 1995.

الديوان الوطني للسياحة التونسية ووزارة التنمية الاقتصادية والبنك المركزي التونسي. بيانات حصلنا عليها مباشرة من سفارة الجمهورية التونسية في دولة الكويت. 2001.

بيانات خاصة أمدتنا بها سفارة المملكة المغربية دولة الكويت. 2001.

Challenges and Opportunities of WTO on Services in Selected ESCWA Member Countries: Tourism. Economic and Social Commission for Western Asia. United Nations. 1999.

International Monetary Fund. International Financial Statistics. December 1996 and June 1997.

WTO Seminar and Conference Proceedings, “GATS Implications for Tourism, the General Agreement on Trade in Services and Tourism”, Milan, Italy 2-3 December 1999. P. 6.

دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصادات الأقطار العربية

ملخص

رغم تمتع الأقطار العربية بميزة نسبية من حيث جذب السياح من خلال الزخم الكبير للمواقع التاريخية والثقافية التراثية والدينية من ناحية وأسعارها المنخفضة من ناحية أخرى، إلا أن نصيبها في السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكانياتها وطاقتها الكامنة. وما زال قطاع السياحة في معظم الأقطار العربية يواجه معوقات كبيرة تحد من نموه، منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية ونقص في الكوادر البشرية المتخصصة بل أهم من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية قطاع السياحة وترويج وتسويق منتجاته. وباختصار يمكن القول أن القطاع السياحي في الأقطار العربية لم يلقى الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي هام مدر للعملات الأجنبية وخالق لفرص العمل الشريف.

ولا يخفى على أحد، أن قطاع السياحة في الوطن العربي كان ومازال عرضة للتأثر بالتطورات السياسية السائدة في المنطقة، ولاسيما التطورات في عملية السلام. وسيظل غياب السلام عائقاً رئيسياً أمام تنمية قطاع السياحة وتطويره في الأقطار العربية.